

خلاق زیستهم

ماهنامه اسفند ۱۴۰۱
ویژه‌نامه نوروز ۱۴۰۲

معرفی مُدلا، پلتفرم تخصصی مد و لباس
با طراحی و خرید آنلاین پیراهن

گزارش آماری فعالیت های واحدهای خلاق

مروری بر شاخص‌ترین اطلاعات مصرف
بازی‌های دیجیتال در ایران

معرفی خانه خلاق و
نوآوری رضوان

معرفی توران، پلتفرم روانشناسی
کشف و رشد استعداد کودکان

هوش مصنوعی
در مدیریت سازمان‌ها



در بسیاری از کشورها صنایع خلاق به کانون‌های اقتصادی آن‌ها نزدیک‌تر شده‌اند. صنایع فرهنگی را دیگر نمی‌توان حاشیه‌ای بر اقتصاد «واقعی» دانست. بزرگ‌ترین شرکت‌ها دیگر یک کسب‌وکار واحد و تخصصی نیستند، بلکه شرکت‌های متنوع و بزرگی هستند که در چند صنعت فرهنگی متفاوت فعال‌اند و علاوه بر رقابت، در قالب انواع شبکه‌ها و ساختارهای پیچیده به یکدیگر مرتبط‌اند؛ اما همچنان شرکت‌های کوچک و متوسط به‌طور فزاینده‌ای در حیطه صنایع فرهنگی فعالیت می‌کنند که منجر به برقراری روابط دائمی و پیچیده بین شرکت‌های بزرگ، متوسط و کوچک می‌شود، به این ترتیب محصولات و خدمات خلاق و فرهنگی با رشدی فزاینده از مرزهای سیاسی عبور می‌کنند.

تریبون

معرفی موسسه همای هنر احسان با
«تولید محتوای گرافیکی تبلیغاتی»



مقاله

اهمیت خلاقیت در کسب‌وکار،
مهارتی پیش‌به‌سوی آینده



گزارش

هم‌آورد بازار پردازی تهران



مقاله

۱۶ ایده‌ترندی جدید برای
ویژوال‌مرچندایزینگ



فهرست مطالب

یادداشت..... ۶

دبیرخانه واحدهای خلاق (اخبار و اطلاعیه ها) ۸

آئین نامه اجرایی توسعه زیست بوم واحدهای خلاق..... ۱۳

گزارش آماری برخی از فعالیت ها..... ۱۴

صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق..... ۱۸

مقاله اول، هوش مصنوعی در مدیریت سازمان ها..... ۲۰

معرفی خانه خلاق و نوآوری رضوان ۲۴

شتاب‌دهنده..... ۲۸

معرفی خانه خلاق و نوآوری حال خوب ۳۰

مقاله دانش آموزی، بررسی تاثیرات ضد قارچی عصاره گل میخک و ختمی ۳۲

تربییون اول، معرفی شرکت نوین پوشاک خلاق با «پلتفرم مدلا»..... ۳۰

گزارش هم‌آورد بازار پردازی تهران..... ۴۰

مقاله دوم، اهمیت خلاقیت در کسب و کار، مهارتی پیش به سوی آینده..... ۴۲

معرفی پارک ملی علوم و فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی ۴۴

تربییون دوم، معرفی موسسه همای هنر احسان با «تولید محتوای گرافیکی تبلیغاتی»..... ۴۶

کتابخوان..... ۵۰

گیمینگ، مروری بر شاخص‌ترین اطلاعات مصرف‌بازی‌های دیجیتال در ایران..... ۵۲

ویتترین..... ۵۸

تربییون سوم، معرفی شرکت امن زندگی توران با «توران-پلتفرم روانشناسی»..... ۶۰

مقاله سوم، ۱۶ ایده‌ترندی جدید برای ویژوال مرچندایزینگ..... ۶۴



ریاست جمهوری
معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان



صندوق پژوهش و فناوری
صنایع خلاق

برنامه توسعه زیست بوم
واحدهای خلاق

خانه‌های خلاق و نوآوری ایران



مدیر دبیرخانه:

- سید مهدی سادات حیات شاهی
- همکاران ماهنامه:
- سید محمدرضا حسینی لواسانی

تهیه کننده:

- دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

زلف سنبل شده از باد بهاری در هم
چشم نرگس شده از خواب زمستان بیدار

روز عید آمد و هنگام بهار است امروز
بوسه ده ای گل نورسته که عید است و بهار

با شروع بهار همه چیز رنگ و بویی تازه به خود می‌گیرد.
این افسانه زیبا و ماندگار همیشه در خاطره‌ها خواهد
ماند، که هر شخص احساس می‌کند نخستین روز از بهار
اولین روز آفرینش است.

آغاز بهار و زنده شدن زمین مبارک باد.
دبیرخانه واحدهای خلاق



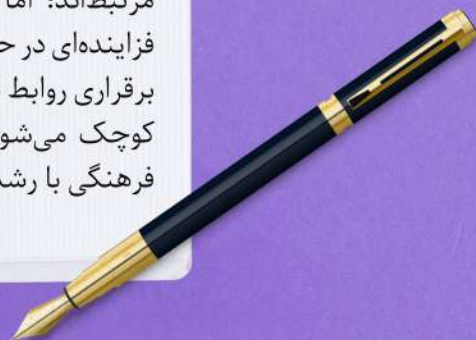
اقتصاد خلاق

تعریف اقتصاد خلاق، متنوع و مفهوم آن در حال تطور است، این موضوع نشان دهنده تنوع فرهنگی کشورهاست، همچنین به دلیل ساختارهای اقتصادی و ظرفیت متفاوت کشورها، طبقه بندی های متفاوتی نیز در تعاریف مورد استفاده قرار می گیرد. موتور اصلی رشد این اقتصاد، درونزا و از طریق سرمایه گذاری بر نیروی انسانی، فرهنگ و منابع بومی است که برای تولید کالا، به جای استفاده از مواد اولیه طبیعی و معدنی، از نیروی انسانی و بروندهای فکری و ذوقی آن که ماهیت هنری و فرهنگی دارد، استفاده می کند.

در بسیاری از کشورها صنایع خلاق به کانون های اقتصادی آنها نزدیک تر شده اند. صنایع فرهنگی را دیگر نمی توان حاشیه ای بر اقتصاد «واقعی» دانست. بزرگ ترین شرکت ها دیگر یک کسب و کار واحد و تخصصی نیستند، بلکه شرکت های متنوع و بزرگی هستند که در چند صنعت فرهنگی متفاوت فعال اند و علاوه بر رقابت، در قالب انواع شبکه ها و ساختارهای پیچیده به یکدیگر مرتبط اند؛ اما همچنان شرکت های کوچک و متوسط به طور فزاینده ای در حیطه صنایع فرهنگی فعالیت می کنند که منجر به برقراری روابط دائمی و پیچیده بین شرکت های بزرگ، متوسط و کوچک می شود، به این ترتیب محصولات و خدمات خلاق و فرهنگی با رشدی فزاینده از مرزهای سیاسی عبور می کنند.

فهیمة محمدزمانی

پژوهشگر حوزه صنایع خلاق و معاون
ستاد فناوری های نرم و صنایع خلاق
معاونت علمی و فناوری رئیس جمهور



اقتصاد خلاق که سهم قابل توجهی در اقتصاد جهانی داشته و مورد توجه اقتصادها و ملت‌های صنعتی و فرا صنعتی است، یکی از بخش‌هایی است که سریع‌ترین رشد را در جهان داشته است و مهم‌ترین گزینه برای توسعه مخصوصاً در کشورهای در حال توسعه بوده است و با توجه به بحران کووید ۱۹ و تغییرات محیط زیستی و آب و هوایی در دهه اخیر، اقتصاد خلاق گزینه مهمی برای توسعه پایدار کشورها بوده و باعث ایجاد اشتغال و درآمد، ترویج نوآوری و کمک به رفاه جوامع می‌شود. ولی با این حال برای توسعه این اقتصاد نیاز به داده‌ها و ابزارهای سیاستی نوآورانه بیشتری دارد. اندازه‌گیری سهم اقتصاد خلاق علاوه بر اینکه برای برنامه ریزی و سیاست‌گذاری ضرورت دارد می‌تواند منجر به شناسایی بازارهای جدید، فرصت‌های صادراتی و ایجاد شغل نیز شود.

اقتصاد خلاق از انقلاب صنعتی چهارم بی‌تأثیر نبوده است، فناوری‌های جدید و نوظهور باعث ایجاد تحول و تغییرات اساسی در برخی صنایع خلاق شده است و ابزارهای جدیدی را برای صنعت خلاق فراهم می‌کند. استفاده از این فناوری‌ها، فرصت‌های جدیدی را برای اقتصاد خلاق ایجاد می‌کند، هوش مصنوعی، بلاک چین، اینترنت اشیا، فضای ابری، واقعیت افزوده و واقعیت مجازی و ... راه‌های جدیدی برای تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات صنایع خلاق ایجاد کرده‌اند که باعث توسعه بازار این صنعت در جهان شده است. از سال ۲۰۲۱ که در هفتاد و چهارمین مجمع عمومی سازمان ملل متحد، سال ۲۰۲۱ به‌عنوان سال بین‌المللی اقتصاد خلاق برای توسعه پایدار اعلام کرد، فعالیت‌ها و تلاش‌های بین‌المللی مختلفی در سطح ملی، دوجانبه، منطقه‌ای و چندجانبه از طریق همکاری بین دولت‌ها برای ترویج، گفت و گو، مشارکت و سرمایه گذاری صورت گرفته است. با توجه به تنوع حوزه‌ها و شرایط بومی متفاوت، حتی در برخی کشورهایی که طی سال‌های اخیر به‌عنوان اقتصادهای بزرگ در حال ظهور هم از آن‌ها یاد می‌شود، برخی از بخش‌های صنایع خلاق برای اقتصاد نسل چهارم آماده نیستند.

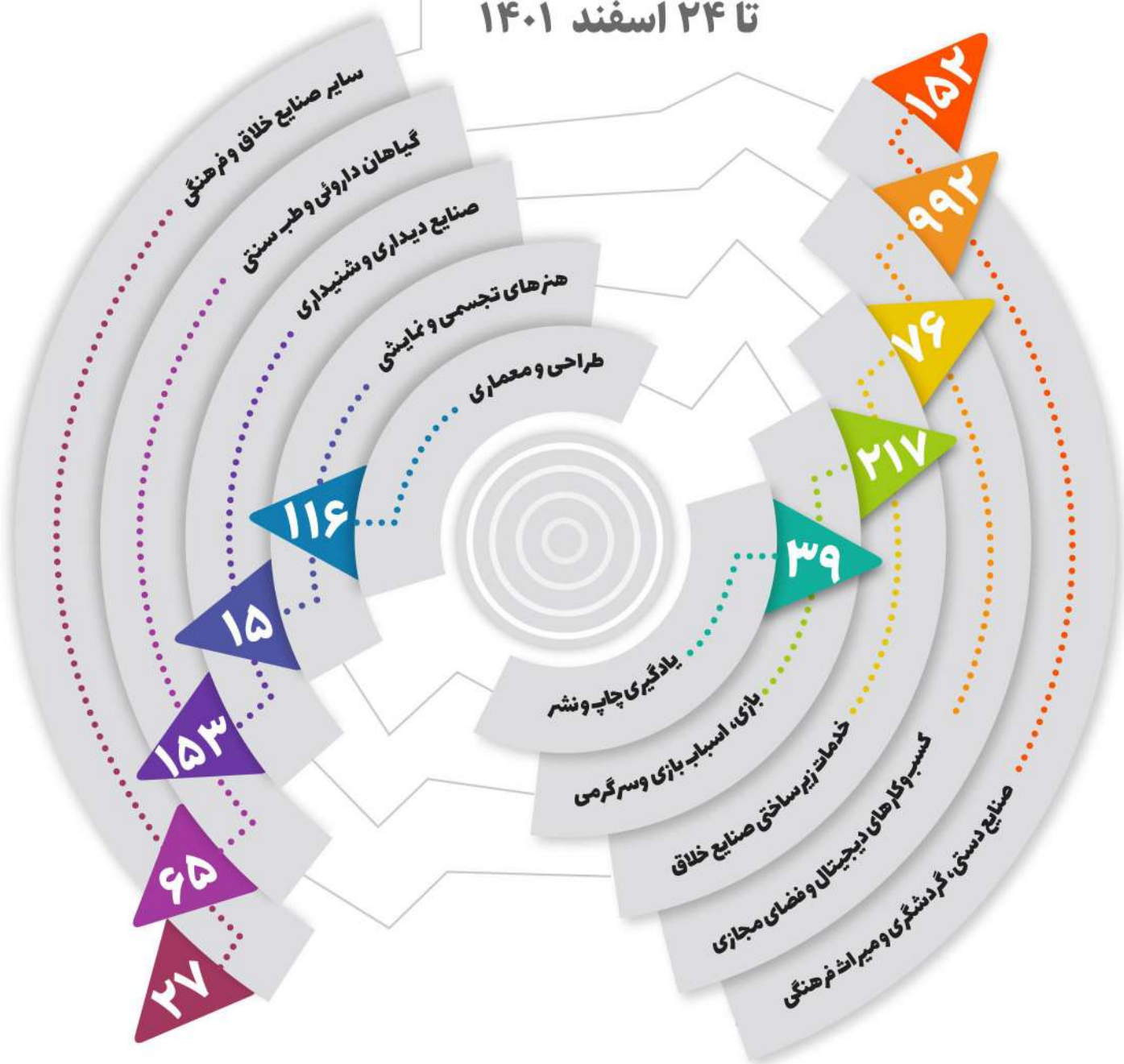
مقررات حوزه فرهنگی برای سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری صنایع خلاق دچار جابجایی‌های معناداری شده است. تصمیم‌گیری‌های سیاستی مهم در حیطه صنایع خلاق در سطح بین‌المللی انجام می‌شود. در عین حال صنایع خلاق برگرفته از سیاست‌گذاری منطقه‌ای نیز اهمیت بیشتری یافته و به ابزاری برای ایجاد ارزش افزوده اقتصادی و ایجاد مزیت رقابتی هر منطقه نسبت به سایر مناطق تبدیل شده است. در همین راستا، سازمان‌های بین‌المللی چهارچوب‌های سیاستی و عملیاتی جامع و انعطاف‌پذیر خود را به موجب راهبردهای سیاست‌های صنعتی خود تدوین می‌کنند تا از مجرای آن فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در زمینه مدرن سازی صنایع را مورد بررسی قرار دهند. این راهبردها اصولاً بر این اصل استوار هستند که ذینفعان و طرح‌های مختص یک بخش از جمله بخش‌های فرهنگی و خلاق باید در کنار یکدیگر لحاظ شوند. با توجه به اهمیت ادغام خلاقیت، طراحی و نوآوری‌های غیر فناورانه با آخرین فناوری‌های پیشرفته برای تولید محصولات جدید و زنجیره‌های جدید ارزش صنعتی و احیای صنایع سنتی باید به بخش‌های فرهنگی و خلاق متمایل شود.

موضوع همکاری و تعریف پروژه‌های مشترک میان فناوری‌های سخت و صنایع خلاق هم برای افزایش تأثیرگذاری صنایع سخت واجد اهمیت حیاتی است و به رشد و تقویت اقتصاد خلاق کمک می‌کند. برای نمونه می‌توان به پروژه‌های مشترک میان حوزه موسیقی و پزشکی در اتحادیه اروپا اشاره کرد که ابعاد جدیدی از صنایع خلاق و اقتصاد خلاق را آشکار می‌سازد. حتی بخش عمده‌ای از فناوری‌های گوناگون حوزه سلامت و تجهیزات پزشکی که محصولات صنایع خلاق محسوب می‌گردند در درمان و فرایند پیشگیری از بیماری نقش دارند و هم از گردش مالی قابل توجهی در سراسر جهان برخوردارند که بخشی از ابعاد تجاری و گردش مالی اقتصاد خلاق را نشان می‌دهد. اقتصاد خلاق خود مفهومی خلاق و پویا است که هر لحظه ابعاد تازه‌ای از آن رونمایی می‌شود.



آمار شرکت های خلاق بر حسب حوزه فعالیت

تا ۲۴ اسفند ۱۴۰۱



تعداد شرکت ها: ۱۷۸۲

مراجعه تشخیص صلاحیت: ۱۰۴

تعداد خانه خلاق و نوآوری: ۱۰۴

افتتاح مرکز صادرات صنایع دستی ایران امضای اولین قرارداد خارجی برای راه‌اندازی مرکز صادرات صنایع دستی در آلماتی قزاقستان

مرکز صادرات صنایع دستی ایران با همکاری معاونت علمی و فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری، خانه خلاق و نوآوری آفتاب، وزارت میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی کشور، اتاق بازرگانی ایران و ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم و مجموعه ایران ساخت، راه‌اندازی شد.



در این نشست که با حضور خانم دکتر جلالی معاون صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی کشور، دکتر عسکری پور مدیر دفتر حمایت از تولید، دکتر عبدالملکی رئیس کمیسیون گردشگری و اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران، آقای مهندس ستار کیان پور مدیر خانه خلاق و نوآوری آفتاب، آقای مهندس سادات حیات شاهی مدیرعامل صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق و مدیر شرکت‌ها و خانه‌های خلاق و نوآور کشور و هنرمندان و تجار و بازرگانان و تولیدکنندگان خلاق و صنایع دستی برگزار شد تا

صادرات صنایع دستی پیش از گذشته مورد توجه قرار گیرد و مسیر صادراتی آن تسهیل شود.

این مرکز، مجموعه تخصصی برای شناسایی، تولید تأمین و صادرات صنایع دستی و صنایع خلاق ایران است که قرار است با همکاری معاونت علمی و فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری و وزارت امور خارجه در کشورهای مختلف شعبی را ایجاد کند به همین منظور پلتفرمی چندزبانه در شرف تأسیس است که بتواند از این سیستم پشتیبانی کند در همین راستای اولین قرارداد خارجی برای راه‌اندازی مرکز صادرات صنایع دستی در آلماتی قزاقستان با توافق نامه‌ی سه جانبه به امضا رسید.



برای اولین بار در ایران، صنایع دستی شناسنامه دار شد

در دنیا ۶۰۰ رشته صنایع دستی در یونسکو ثبت شده که ۴۵۰ تا از این رشته‌ها متعلق به ایران است ایران سومین کشور تولیدکننده صنایع دستی ایران است؛ اما سهم ایران از گردش اقتصادی صنایع دستی در دنیا حدود ۰/۸ است.

بزرگ‌ترین مشکل ما در صنایع دستی طراحی محصول و تولیدنشدن محصولات کاربردی و صادرات آن‌ها است برای اینکه بتوانیم صادرات صنایع دست داشته باشیم یکی از نیازهای مبرم داشتن هویت مالکیت و هویت تاریخی و تمدنی است که خانه خلاق و نوآوری آفتاب در همین راستا طرح ملی شناسنامه‌دار کردن آثار صنایع دستی را به اجرا درآورده است و طی سه سال برنامه‌ریزی، تحقیق پژوهش و ایجاد یک سامانه و ساختار منسجم هوشمند برای اولین بار اقدام به صدور شناسنامه آثار فاخر صنایع دستی با همکاری وزارت میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی در ایران کرده است. شناسنامه‌های ملی برای صنایع دستی فاخر ایجاد می‌شود. این مهم‌ترین فعالیت خانه خلاق و نوآوری آفتاب در سال ۱۴۰۱ است.



در نشست نخبگان و مسئولان استان فارس: دهقانی؛ بازتعریف نخبگی و اصلاح ساختار تعیین نخبگان یک ضرورت است

معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور با بیان اینکه خصلت‌های اقتصاد و مدیریت دولتی را به همه ارکان جامعه تسری داده‌ایم، گفت: یکی از این ارکان، حوزه نخبگانی است که تبدیل به حوزه مصرف کننده شده است و دولت نقش تعیین کننده در آن دارد. وی با بیان اینکه مشاهداتی در جمع نخبگانی شما داشته‌ام که مرا ترغیب به طرح مباحث چالشی کرد، افزود: در هر زمان که اعتراضی نسبت به طرح مباحث مطروحه داشتید، حتماً آن را بیان کنید. وی با اشاره به اینکه یکی از این ارکان، حوزه نخبگانی بود، گفت: حوزه نخبگانی ما تبدیل به حوزه مصرف کننده شد، به صورتی که دولت نقش تعیین کننده برای اینکه هر نخبه چند مقاله



بدهد، ایفا می‌کند. از طرفی، بالا بودن معدل و احراز رتبه‌های ممتاز باعث کسب امتیاز می‌شود؛ اگر از یک حدی بالاتر باشد نخبه خواهد شد و دولت موظف به تامین مالی و پرداخت حقوق به این فرد می‌شود.

رئیس بنیاد ملی نخبگان تصریح کرد: البته این مکانیسم و رویکرد در دوره‌ای مطلوب بود و پروژه‌های عمرانی نیز به همین منوال خوب و مطلوب پیش می‌رفت. این در حالی است که فرایند دولتی کردن همه چیز از جمله نخبگان، اگر چه در یک دوره‌ای مطلوب بوده اما واقعیت آن این است که بزرگترین آسیب را به این قشر وارد کرده است.

در تشریح این آسیب، با اشاره به اینکه هیچ زمانی عضو بنیاد ملی نخبگان نشده است، تاکید کرد: من رتبه اول کنکور بودم، در هر دو مقطع اعم از ارشد و دکتری فارغ التحصیل ممتاز بودم، اما هرگز عضو این بنیاد نشدم. زیرا این رویکرد درباره نخبگان، موجب تصویری خاص از آنها شد به نحوی که هر زمان در جمع فعالان صنعتی از جذب نخبگان صحبت می‌شد، این تصور به ذهن آن‌ها متبادر می‌شد که قرار است فرد ناکارآمدی به آن‌ها معرفی شود. یکی از علتهای این آسیب، روش حمایتی ما است که در خصوص نخبگان نادرست بوده است. از نگاه دیگران، نخبگان افرادی هستند که با جمع آوری یکسری امتیازات، طلبکار عالم و آدم هستند. اگر به این افراد توجه نشود، چه بسا باعث ایجاد ناراحتی و کدورت در بین‌شان می‌شود. وی با تاکید بر اینکه جمع یکسری امتیازات هیچ شخصی را نخبه نمی‌کند گفت: این مورد نیز یکی از دلایلی است که بلایی در این شکل و شمایل را بر سر ما آورده است. دانشجویی مراجعه می‌کند که استاد اگر نیم نمره به ۱۸ من اضافه کنید معدلم بالا می‌رود و بعد طرحم در فلان جا پذیرفته می‌شود. یکی دیگر از اشتباهات در تعریف نخبه این است که فقط دانشجویان را نخبه معرفی کرده است. هر زمان فردی خود را از جامعه‌اش جدا کند، بلاشک توسط جامعه طرد خواهد شد. بنابراین با تعریف جهانی نخبگانی ما ۵۰ هزار استعداد در استان فارس داریم. قرار باشد به این تعداد چون نخبه هستند مسکن و وام بلاعوض دهیم، پس باقی افراد مملکت کجا بروند؟

دهقانی در رونمایی از استودیو تجربه پاریس: آینده اقتصادهای خواهان توسعه معطوف به دارای‌هایی نامشهود است

روح الله دهقانی در این مراسم با تاکید بر این که می‌بایست از ظرفیت مفاهیمی چون فین تک، مرکز نوآوری و پارک‌های فناوری در مسیر ارزش گذاری دارای‌های نامشهود استفاده شود، ادامه داد: در زیست بوم فناوری و نوآوری مفاهیم و عناوین متعددی را مورد استفاده قرار داده‌ایم اما اغلب پیش از آن که از مفهوم قبلی به طور کامل و صحیح استفاده کنیم، مفهومی جدید را به کار می‌بندیم. باید از تجربه‌های قبلی بهره برد و مفاهیم موجود به شکل واقعی کاربردی شوند.

وی با تاکید بر این که در بسیاری از موارد باید یادگیری در اولویت باشد و نیازی به ایجاد و تجربه دوباره مفهومی تازه نیست، افزود: مرکز نوآوری مفهومی از همین جنس است. مراکز نوآوری در اتصال به صنعت و در دل صنایع شکل می‌گیرند تا ارزش‌های نوظهوری مانند دارای‌های فکری و نامشهود را به صنعت تزریق کنند.

دهقانی با اشاره به این که مراکز نوآوری پیونددهنده مسایل و نیازها به پاسخ‌های نوآورانه هستند، عنوان کرد: از فرآوری دانش، فناوری به دست می‌آید و از تلفیق چند فناوری نوآوری شکل می‌گیرد. دانشگاه‌ها تولید کننده نوآوری به شمار می‌روند و مراکز نوآوری، نیاز صنایع را به این نوآوری پیوند می‌دهند.

معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهوری با اشاره به این که فین تک‌ها و مفاهیمی همچون استودیو تجربه نیز رسالتی از همین جنس دارند افزود: امیدوارم این مجموعه استودیو تجربه، یک مرکز نوآوری واقعی باشد که بین نیاز و حل مساله ارتباط ایجاد کند. فین تک‌ها جزو آن مفهومی‌هایی است که اگر چه به آن بسیار پرداخته‌ایم ولی کمتر در شکل‌گیری و توسعه آن اقدام کرده‌ایم. ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی در معاونت علمی، به همین منظور شکل گرفته است تا روند توسعه این مراکز را سرعت ببخشد.

دهقانی در بازدید از خانه خلاق و نوآوری «مدسا»: از ایجاد مرکز هم‌آفرینی در حوزه مد و پوشاک حمایت می‌شود

معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رییس جمهوری در حاشیه این بازدید، با اشاره به ظرفیت‌های بالای حوزه مد و پوشاک برای خلق ارزش افزوده و اشتغال عنوان کرد: دانش و نوآوری جزو بخش‌های جدائی ناپذیر این حوزه به شمار می‌رود و با توجه به ظرفیت‌های نهفته‌ای که در شرکت‌های نوآور این حوزه وجود دارد، این قابلیت فراهم است تا شرکت‌های فعال و توانمند که نوآوری را با کسب و کار خود پیوند داده‌اند، در شمار شرکت‌های دانش‌بنیان قرار بگیرند. صنعت مد و لباس، عجین شده با دانش است و بر همین اساس، ظرفیتی را برای حمایت از این کسب و کارها، در قالب شرکت دانش‌بنیان ایجاد خواهیم کرد.



روح الله دهقانی، با اشاره به الگوهای موفق جهانی در ارائه زیرساخت‌ها و امکانات به صورت اشتراکی و هم‌افزار برای طراحی، تولید و توسعه محصول، عنوان کرد: در دنیا این مراکز تولید و توسعه اشتراکی، رواج یافته‌اند و برای راه اندازی یک کسب و کار، نیازی به آغاز کار از نقطه صفر و فراهم کردن همه امکانات از ابتدا نیست بلکه فضاهایی ایجاد شده است تا تعداد قابل توجهی از ایده پردازان در یک حوزه خاص، بتوانند از یک فضای مشترک استفاده کنند. مراکز نوآوری همچون مدسا، که این جنس امکانات را در اختیار مخاطبان خود قرار می‌دهند، می‌توانند با حمایت و برخورداری از امکانات و فضای مناسب، یک مرکز هم‌آفرینی در حوزه مد و پوشاک اسلامی باشند. آمادگی داریم تا از شکل‌گیری این مرکز هم‌آفرینی در حوزه‌های مختلف صنایع خلاق حمایت کنیم.

بستری برای توسعه کسب‌وکارهای نوآور و خلاق مد و پوشاک

خانه خلاق و نوآوری مدسا بستری برای کسب و کارهای نوآور و خلاق حوزه مد و پوشاک است و زمینه را برای رشد ایده‌های نوآورانه این حوزه تا تبدیل شدن به کسب و کار خلاق فراهم می‌کند.

این مرکز نوآوری، خدمات متنوعی همچون صحت‌سنجی و توسعه ایده تا راه اندازی کسب و کار، طراحی، تولید، بازاریابی و فروش، منتورینگ، کوچینگ، شتابدهی و صادرات را به فعالان این حوزه ارائه می‌کند.

خانه خلاق و نوآوری مدسا، خدمات تخصصی راه اندازی کسب و کار در حوزه مد و پوشاک از جمله تصویربرداری و فیلمبرداری، اصلاح الگوسازی ها، محتواسازی تصویربرداری، بازاریابی و برندینگ و سایر خدمات را در اختیار صاحبان کسب و کارهای حوزه یادشده قرار می‌دهد. ۶۵ تیم در مرکز رشد، ۱۲ هسته نوآور در بخش شتابدهی و ۸ گروه نیز در استارت‌آپ استودیو حضور دارند. زمینه اشتغال برای بالغ بر ۴۳ نفر به طور مستقیم در این مجموعه فراهم شده است.

همچنین فضای اشتراکی با هدف توسعه الگو وجود دارد. تجهیزات لازم برای تولید و توسعه محصول، امکانات طراحی، دوخت و فروش در فضای کار اشتراکی پیش بینی شده است. فعالان حوزه مد و پوشاک، با استفاده از فرصت ایجاد شده در فضای کار اشتراکی، می‌توانند



ارزیابی کنند که محصول طراحی شده، تا چه میزان برای عرضه به بازار آماده است. در این فضای کار اشتراکی، امکان تحلیل و ارزیابی وجود دارد تا محصول طراحی شده آنالیز شده و برای حضور در بازار آمادگی لازم را کسب کند.



سرپرست ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم منصوب شد

معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رییس‌جمهوری، با صدور حکمی دبیر ستاد فناوری‌های فرهنگی و نرم را منصوب کرد. در حکم روح‌الله دهقانی معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رییس‌جمهوری خطاب به مسعود حسنلو آمده است:



« نظر به مراتب شایستگی و تجارب به موجب این حکم شما را به عنوان سرپرست ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم منصوب می‌کنم. تشکیل شورای اندیشه ورز فناوری‌های فرهنگی و نرم با حضور متخصصین و خبرگان در این حوزه و پیگیری اجرای سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم در همکاری با شورای عالی انقلاب فرهنگی

و دیگر دستگاه‌های مسئول، تعریف و راهبری پروژه‌های پیشران در جهت توسعه با استفاده از همه ظرفیت‌های زیست‌بوم فناوری کشور از مهمترین مأموریت‌های مورد انتظار از آن ستاد است که باید با هماهنگی معاونت توسعه اقتصاد دانش‌بنیان پیگیری شود. از درگاه خداوند متعال دوام توفیقات جنابعالی را در پیروی از منویات حکیمانه رهبر معظم انقلاب اسلامی و سیاست‌های دولت مردمی خواستارم. مسعود حسنلو، کارآفرین حوزه صنایع خلاق، فعال و پژوهشگر حوزه سیاستگذاری صنایع خلاق، عضو شورای نظارت بر اسباب بازی، عضو و دبیر کارگروه سیاست گذاری مجمع فعالان بازی، کارشناس ارشد سیاست‌گذاری فرهنگی از دانشگاه امام صادق علیه السلام است. همچنین از حسن همکاری خدمات خالصانه و زحمات پرویز کریمی قدردانی می‌شود.

رویداد ملی سه‌گام در گالری سعدآباد

رویداد سه‌گام، رویدادی ملی باهدف پیوند هنرمندان طراح لباس با هنرمندان نساجی سنتی، رودوزی‌های سنتی، چاپ‌های سنتی به منظور تجاری‌سازی در هم‌گرایی شاخه‌های مرتبط با طراحی لباس با استفاده از ظرفیت هنرهای ملی و بومی متناسب مخاطب امروز در مورخ ۱۴ دی ماه ۱۴۰۱ در مکان گالری سعدآباد مجموعه فرهنگی تاریخی سعدآباد با حضور معاون محترم صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور سرکار خانم مریم جلالی دهکردی و هیئت همراه و مدیرکل حمایت از تولید آقای محمدحسین عسکریپور و اساتید پیشکسوت و جمعی از هنرمندان افتتاح گردید. در گام اول فراخوان رویداد ملی سه‌گام بر پرتال وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی بارگذاری شد و طی نامه نگاری‌هایی با تمام ادارات محترم کل استان‌های کشور اطلاع‌رسانی انجام پذیرفت. با توجه به شرایط خاص اجتماعی پاییز ۱۴۰۱ با تلاش‌های انجام‌گرفته کارشناسان استانی و کارشناس ستاد تعداد ۶۰۰ اثر منتخب از هنرمندان صنایع دستی گروه منسوجات سنتی، رودوزی‌های سنتی و چاپ‌های سنتی از ۱۳ استان جمع‌آوری و در مکان گالری سعدآباد مجموعه فرهنگی تاریخی سعدآباد مورخ ۱۴ دی ماه به مدت سه ماه به نمایش گذاشته شدند.



دکتر محمدحسین عسکریپور مدیر حمایت از تولید صنایع دستی و هنرهای سنتی درباره ی این رویداد گفت:

در بخش‌های جانبی این رویداد برگزاری کارگاه‌های آموزش به‌صورت رایگان برای هنرمندان صاحب اثر شرکت‌کننده در نمایشگاه و کارشناسان مرتبطی که طی سه ماه تلاش مستمر به جمع‌آوری آثار از استان‌ها همت گماردند. کارگاه‌های آموزشی به تعداد ۵ کارگاه سه روزه پایان هر هفته به مدت ۳ روز در سالن اجتماعات موزه ظروف مجموعه فرهنگی تاریخی سعدآباد برگزار شد.

بخش زنده در تلویزیون پژوهشگاه برگزار گردید و فیلم آموزشی کارگاه‌ها از جمله فعالیت‌های خلاقانه‌ای که در حوزه آموزش هنرمندان صورت گرفت: پس از پایان آموزش‌ها در هر کارگاه آموزشی گروه‌های ۳ تا ۵ نفر از هنرجویان تشکیل گردید و مقرر شد گروه‌ها هرکدام یک پروژه را ارائه نمایند که منتور آن‌ها مدرس خود کارگاه است. هنرجویان در پایان موفق به دریافت گواهی آموزشی از معاونت صنایع دستی خواهند شد. در گروه مبانی رنگ سه نفر از استان هرمزگان با حمایت دفتر حمایت از تولید حضوری در کارگاه حضور یافتند تا با آموختن اصول پایه‌ای مبانی رنگ بتوانند در رنگ‌بندی تولیدات صنایع دستی منطقه خود تأثیرات مفیدی ایجاد نمایند.

از دیگر بخش‌های جانبی و تأثیر گذار رویداد ملی سه‌گام برگزاری میزهای تخصصی تولید و مواد اولیه، میز تخصصی طراحان لباس و تولیدکننده‌های منسوجات سنتی و تجاری سازی و برند و میز تخصصی رنگ بود که در آن‌ها به بررسی چالش‌ها و سپس ارائه راهکارها با حضور متخصصین و مسئولین و دانشگاهیان پرداخته شد.

آئین نامه اجرایی توسعه زیست بوم واحدهای خلاق

بخش ششم

مفاد این آئین نامه در یک مقدمه، ده ماده و یازده تبصره، در تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۵ به تصویب معاون علمی و فناوری رئیس جمهور رسیده و از تاریخ امضا ابلاغ و قابل اجرا می باشد.

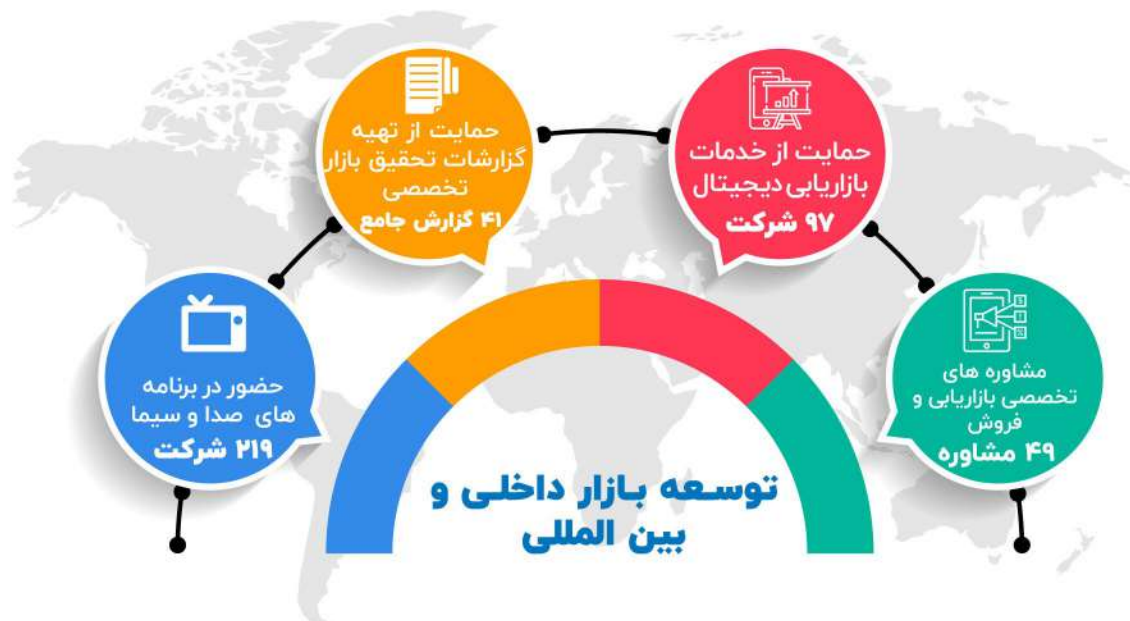
ماده ۵) وظایف دبیرخانه به شرح زیر می باشد:

- ۵-۱ تهیه و تدوین پیش نویس شیوه نامه ها، شاخص ها و حوزه های مرتبط برای فرایند شناسایی و ارزیابی مراجع تشخیص صلاحیت واحدهای خلاق.
- ۵-۲ نیازسنجی و تهیه و تدوین پیش نویس شیوه نامه ها برای تعیین حمایت ها و خدمات و شرایط ارائه آن ها به واحدهای خلاق.
- ۵-۳ پیگیری خدمات و حمایت ها و نظارت بر اجرای آن.
- ۵-۴ شبکه سازی و ایجاد باشگاه های تخصصی متشکل از واحدهای خلاق هر حوزه و تعیین نیازهای آن ها
- ۵-۵ بسترسازی ایجاد و راهبری و سیاست گذاری خانه های خلاق و نوآوری به منظور جذب اشخاص حقیقی خلاق و طرح های آنان و راهبری آن ها برای شکل گیری و توسعه
- ۵-۶ راهبری، مدیریت و اجرای فرآیند پذیرش مراجع تشخیص صلاحیت واحدهای خلاق توسط مراجع تشخیص صلاحیت معتبر (مبادی) و نظارت بر آن ها.
- ۵-۷ تأیید نهایی واحدهای دارای صلاحیت به عنوان واحدهای خلاق.
- ۵-۸ ایجاد و مدیریت زیرساخت لازم برای اجرای فرآیندهای ارزیابی و تأیید واحدها و محصولات خلاق توسط مراجع تشخیص صلاحیت و تصویب و اطلاع رسانی عمومی.
- ۵-۹ شناسایی و تأیید صلاحیت کارگزاران برای ارائه خدمات به واحدهای خلاق و نظارت بر عملکرد آن ها
- ۵-۱۰ اطلاع رسانی و ترویج زیست بوم واحدهای خلاق
- ۵-۱۱ ارزیابی دوره های عملکرد واحدهای خلاق و شناسایی و معرفی واحدهای خلاق برتر
- ۵-۱۲ جلب حمایت و مشارکت نهادها و دستگاه های اجرایی کشور به منظور توسعه واحدهای خلاق
- ۵-۱۳ پیگیری اصلاح و تدوین قوانین و مقررات برای توسعه زیست بوم واحدهای خلاق
- ۱۴-۵ نظارت مستمر بر فرایندهای اجرایی و تهیه پیشنهادات اصلاحی
- ۱۵-۵ تدوین برنامه و بودجه مورد نیاز برای اجرای این آئین نامه
- ۵-۱۶ اجرای مصوبات کارگروه



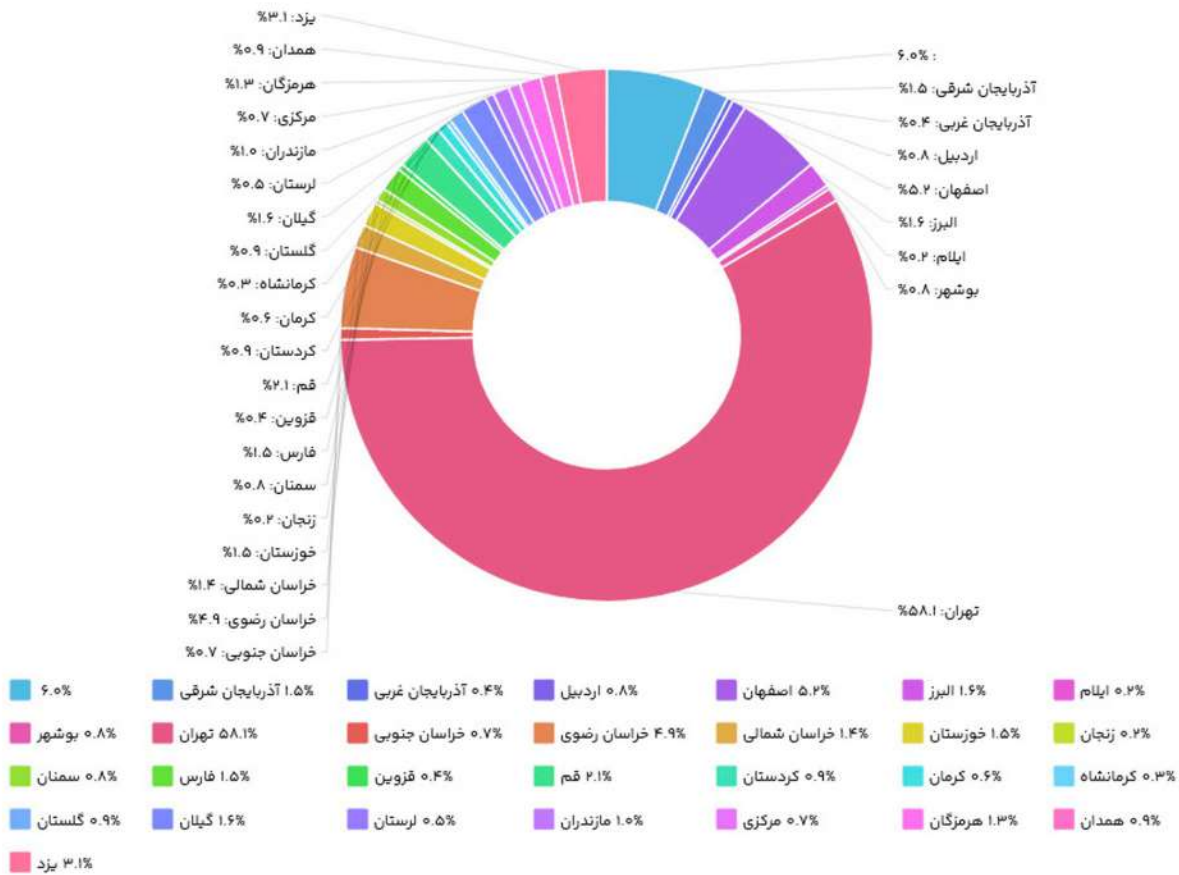
گزارش آماری برخی از فعالیت ها







تعداد شرکت های خلاق به تفکیک استان



فرایند دریافت حمایت ها





صندوق پژوهش و فناوری
صنایع خلاق

صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق

تأمین مالی همواره به‌عنوان یکی از ارکان شکل‌گیری و توسعه کسب و کارها به‌شمار می‌رود. در همین ارتباط بانک‌ها، نهادهای سرمایه‌گذاری و بازار سرمایه و ابزارهای در اختیار آنان نقش بسیار مهمی در کسب و کارها دارند؛ اما با توجه به ویژگی‌های کسب و کارهای دانش‌بنیان و خلاق و ضرورت سهولت در دسترسی به ابزارهای مالی و نیز چابکی فرایندها، بانک‌ها تاکنون نتوانسته‌اند نقش مناسبی در این فرایند ایفا کنند.

از این رو مطابق قوانین بالادستی مقرر شد تا شکل جدیدی که علاوه بر آشنایی کامل با فضای کسب و کارهای نو چابکی لازم برای تسهیل و تسریع در ارائه خدمات داشته باشد، تحت عنوان صندوق‌های پژوهش و فناوری غیردولتی (سهام دولت نباید حداکثر از ۴۹٪ سرمایه هر صندوق بیشتر باشد) ایجاد شوند. تاکنون بیش از ۶۰ صندوق پژوهش و فناوری در سطح کشور و عمدتاً به شکل استانی و تخصصی ایجاد شده‌اند.

در سال‌های اخیر با توجه به شکل‌گیری شرکت‌های خلاق و آشنایی حاکمیت و جامعه با اهمیت و نقش صنایع خلاق در اقتصاد که خاستگاه آن خلاقیت و نوآوری سرمایه‌های انسانی متخصص است، ضرورت داشت تا نهاد مالی مناسب تخصصی برای این حوزه ایجاد گردد. صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی صنایع خلاق برای این مهم تأسیس گردید.

یکی از دشوارترین برنامه‌های صندوق‌های پژوهش و فناوری بخش سرمایه‌گذاری آن‌هاست؛ زیرا علاوه بر دارا بودن ریسک، دوره بازگشت سرمایه و سودآوری آن کوتاه‌مدت نیست؛ اما به دلیل اهمیت موضوع، این صندوق در طول مدت دو سال فعالیت خود با استفاده از ابزار هم سرمایه‌گذاری، موفق به

سرمایه‌گذاری در ۹ مجموعه شده است.

در سال‌های اخیر با توجه به شکل‌گیری شرکت‌های خلاق و آشنایی حاکمیت و جامعه با اهمیت و نقش صنایع خلاق در اقتصاد که خاستگاه آن خلاقیت و نوآوری سرمایه‌های انسانی متخصص است، ضرورت داشت تا نهاد مالی مناسب تخصصی برای این حوزه ایجاد گردد. صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی صنایع خلاق برای این مهم تأسیس گردید.

یکی از مسیرهای کمک به تأمین مالی، پرداخت تسهیلات برای عبور از بحران‌های مقطعی در کسب و کارهاست. صندوق‌های پژوهش و فناوری علی‌رغم منابع محدود خود، به‌موجب قوانین مجازند تا با استفاده از همکاری مشترک سایر دستگاه‌ها و نهادها، به متقاضیان تسهیلات ارائه کنند.

با توجه به اینکه صندوق نوآوری و شکوفایی به موجب قانون مجاز نیست تا منابع خود را در غیر شرکت‌های دانش‌بنیان صرف نماید، لیکن صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق به‌عنوان شرکت دانش‌بنیان مجاز است تا با همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی، از منابع صندوق به حوزه خلاق تسهیلات پرداخت نماید. از جمله همکاری‌های قابل‌ذکر پرداخت

تسهیلات حمایت از کسب و کارهای اینترنتی آسیب‌دیده از فیلترینگ را می‌توان نام برد. صندوق تاکنون تسهیلاتی به جمع مبلغ حدود ۵۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال در حوزه‌های زیر پرداخت نموده است.

در حوزه‌های متنوع:

- اسباب بازی
- سینما
- آموزش و یادگیری
- کودک و نوجوان
- پویانمایی
- بازی‌های رایانه‌ای
- پلتفرم خدمات
- پلتفرم توسعه خدمات کسب و کار
- پتل‌های خورشیدی

از ویژگی‌های سرمایه‌گذاری صندوق صنایع خلاق، تنوع در حوزه‌های سرمایه‌گذاری بوده است.

صندوق صنایع خلاق تلاش دارد تا با تقویت منابع خود و ارتباطات با سایر دستگاه‌ها، منابع قابل‌توجهی برای تسهیلات جذب و پرداخت نماید.

صندوق صنایع خلاق در بخش توانمندسازی و توسعه فرهنگ‌سازی خلاق نیز با برگزاری دوره‌های آموزشی، رویدادها و نمایشگاه‌ها تلاش نموده است. انتشار فصلنامه ویژه پی‌نما از جمله اقداماتی است که برای توسعه هنر پی‌نما آغاز شد.





مهندس سید مهدی سادات حیات‌شاهی
مدیرعامل و عضو هیئت مدیره صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق

عاملیت مالی از جمله ابزارهای صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق است. در این راستا از طریق عاملیت معاونت علمی و فناوری، کمک هزینه‌های مرتبط با شرکت‌های خلاق و خانه های خلاق و نوآوری را پرداخت نموده است.

آمار تسهیلات

در سال ۱۴۰۰ جمعا ۵۲ مورد تسهیلات به شرح موضوعات ذیل:

- صنایع دستی ۸ مورد
- کسب و کار دیجیتال ۱۵ مورد
- تبلیغات ۵ مورد
- طراحی و معماری ۴ مورد
- گردشگری و میراث فرهنگی ۵ مورد
- بازی ۸ مورد
- تولید محتوا ۳ مورد
- تجهیزات و امکانات زیر ساخت حوزه صنایع خلاق ۴ مورد

در سال ۱۴۰۱ جمعا ۵۷ مورد تسهیلات به شرح موضوعات ذیل:

- صنایع دستی ۵ مورد
- بازی ۳ مورد
- تجهیزات و امکانات زیر ساخت حوزه صنایع خلاق ۲ مورد
- خانه های خلاقیت و نوآوری ۷ مورد
- کسب و کار دیجیتال ۱۷ مورد
- تولید محتوا ۴ مورد
- داروهای گیاهی ۴ مورد
- تبلیغات ۶ مورد
- آموزش ۴ مورد
- طراحی و معماری ۲ مورد
- مد و پوشاک ۱ مورد
- گردشگری و میراث فرهنگی ۲ مورد

عاملیت مالی از جمله ابزارهای صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق است. در این راستا از طریق عاملیت معاونت علمی و فناوری، کمک هزینه‌های مرتبط با شرکت‌های خلاق و خانه های خلاق و نوآوری را پرداخت نموده است.

سایت:

www.cidfund.ir

اینستاگرام:

cidfund.ir

تلفن:

(۰۲۱) ۶۶۵۳۵۱۸۱

(۰۲۱) ۶۶۵۲۷۸۴۶



هوش مصنوعی در مدیریت سازمانها

هوش مصنوعی (AI) به عنوان یکی از فناوری‌های پیشرفته در عصر حاضر، کاربردهای بسیاری مهم در صنایع و سازمان‌های مختلف دارد. در مدیریت سازمان، هوش مصنوعی می‌تواند به طور گسترده‌ای در بسیاری از حوزه‌ها مفید باشد.

در ادامه، به برخی از کاربردهای هوش مصنوعی در مدیریت سازمان می‌پردازیم:

۱. پیش‌بینی و تحلیل داده‌ها:

هوش مصنوعی می‌تواند به مدیران کمک کند تا با تجزیه و تحلیل داده‌های سازمان، روند رو به رشد یا کاهش را پیش‌بینی کرده و در تصمیم‌گیری‌های آینده سازمان مؤثر باشد.

۲. بهینه‌سازی فرآیندها:

با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان فرآیندهای مختلف سازمان را بهینه کرده و بهبود بخشید. این امر می‌تواند منجر به صرفه‌جویی در هزینه‌های سازمان و افزایش بهره‌وری شود.

۳. بهبود تجربه مشتری:

هوش مصنوعی می‌تواند به مدیران کمک کند تا بهترین راهکارها برای بهبود تجربه مشتری در سازمان خود پیدا کنند. به طور مثال، با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان بهبود پاسخگویی به مشتریان، پیشنهاد دادن محصولات مناسب برای آن‌ها و بهبود فرآیند خرید و پرداخت را مدیریت کرد.

۴. رباتیک و اتوماسیون:

هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود فرآیندهای اتوماسیون و رباتیک سازمان کمک کند. با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشینی و



رباتیک و بسیاری دیگر از فرآیندهای اتوماسیون کمک کند. هوش مصنوعی همچنین می‌تواند در بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری سازمان و مدیریت منابع انسانی نیز مؤثر باشد. به طور مثال، با استفاده از هوش مصنوعی می‌توان پیش‌بینی کرد که کدام پرسنل بیشترین احتمال رفتار ناشایست را در محیط کار دارند و برنامه‌هایی برای بهبود فرهنگ سازمانی و پیشگیری از

شبکه‌های عصبی، هوش مصنوعی قادر است به تحلیل داده‌های بزرگ و پیچیده و کشف الگوهای مختلف کمک کند. این کار به کاهش هزینه‌ها و بهبود کارایی و دقت فرآیندهای اتوماسیون و رباتیک منجر خواهد شد.

به عنوان مثال، هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود کارایی خطوط تولید کارخانه‌ها، مدیریت پیش‌بینی تقاضا، بهینه‌سازی مسیر حمل و نقل، تشخیص وردیابی خطاها در سیستم‌های



رفتار ناشایست اجرا کرد.
عملکرد هوش مصنوعی در بهبود تجربه مشتری

از مزایای استفاده از هوش مصنوعی در بهبود تجربه مشتری می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:
 ۱. تجزیه و تحلیل داده‌ها: هوش مصنوعی می‌تواند به شما کمک کند تا به طور دقیق‌تری داده‌های مشتری را تجزیه و تحلیل کنید. با تحلیل داده‌های مشتری، شما می‌توانید نیازها و خواسته‌های آن‌ها را برای بهبود تجربه آن‌ها شناسایی کنید.

۲. پیش‌بینی رفتار مشتری: هوش مصنوعی می‌تواند به شما کمک کند تا رفتار مشتریان را پیش‌بینی کنید. با استفاده از این پیش‌بینی، شما می‌توانید برنامه‌های مناسبی برای بهبود تجربه مشتریان خود ارائه دهید.

۳. تخصیص منابع بهینه: با استفاده از هوش مصنوعی، شما می‌توانید منابع خود را بهینه کنید. به عنوان مثال، با تحلیل داده‌های مشتری، شما می‌توانید محصولات و خدماتی را که بیشترین تقاضای مشتریان را دارند،

شناسایی کنید و بهینه‌سازی در توزیع و تولید آن‌ها داشته باشید.

۴. پیشنهاد محصولات و خدمات: هوش مصنوعی می‌تواند به شما کمک کند تا به مشتریان خود محصولات و خدمات جدید را پیشنهاد دهید.

۵. بهبود سرعت پاسخگویی: با استفاده از هوش مصنوعی، مشتریان می‌توانند به سرعت و با کیفیت بالا به پرسش‌هایشان پاسخ بگیرند. برای مثال، یک سامانه پشتیبانی مشتری با هوش مصنوعی می‌تواند به سرعت به پرسش‌های مشتریان پاسخ دهد و به آن‌ها در حل مشکلات کمک کند.

۶. پیشنهادهای شخصی‌سازی شده: هوش مصنوعی می‌تواند بر اساس تاریخچه خرید و سلیقه‌های مشتریان، پیشنهادهای شخصی‌سازی شده‌ای ارائه دهد. این امر می‌تواند به افزایش فروش و ارتباط با مشتریان منجر شود.

۷. بهبود تحویل سفارشات: هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود فرایند تحویل سفارشات به مشتریان کمک کند. با تجزیه و تحلیل داده‌هایی مانند شیوه‌های پرداخت و محل تحویل، سامانه می‌تواند بهترین روش‌ها را برای تحویل

”

هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود کارایی خطوط تولید کارخانه‌ها، مدیریت پیش‌بینی تقاضا، بهینه‌سازی مسیر حمل و نقل، تشخیص و ردیابی خطاها در سیستم‌های رباتیک و بسیاری دیگر از فرآیندهای اتوماسیون کمک کند.

همچنین هوش مصنوعی می‌تواند پیش‌بینی کند که کدام پرسنل بیشترین احتمال رفتار ناشایست را در محیط کار دارند و برنامه‌هایی برای بهبود فرهنگ سازمانی و پیشگیری از رفتار ناشایست اجرا کرد.



سفارشات به مشتریان پیشنهاد کند.
۸. بهبود خدمات پس از فروش: هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود خدمات پس از فروش نیز موثر باشد. با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان مشکلات مشتریان را بهتر پیگیری کرد و به آن‌ها کمک کرد تا در صورت نیاز به مرکز خدمات پس از فروش دسترسی داشته باشند.

صرفه‌جویی در هزینه‌های سازمان و افزایش بهره‌وری با هوش مصنوعی

هوش مصنوعی (AI) در صنایع مختلفی مانند صنعت، بهداشت، آموزش و... برای بهبود فرآیندها و افزایش بهره‌وری مورد استفاده قرار می‌گیرد. هوش مصنوعی می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا بهره‌وری و کارایی خود را بهبود بخشند و در عین حال هزینه‌های خود را کاهش دهند.

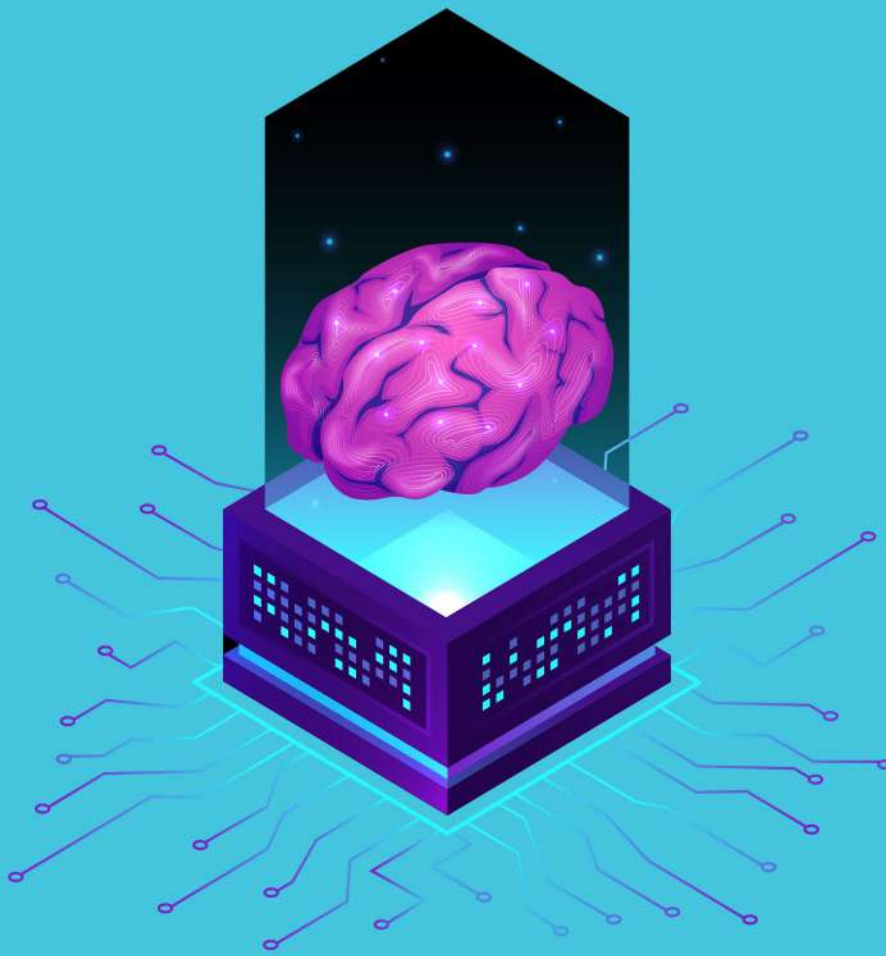
در زمینه صرفه‌جویی در هزینه‌ها، هوش مصنوعی می‌تواند در سازمان‌ها به شکل‌های مختلفی کاربرد داشته باشد. به‌طور مثال، هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود فرآیندهای تولید کالا و خدمات، کاهش هزینه‌های نگهداری و تعمیرات، کاهش اتلاف مواد و موجودی‌های نامناسب و همچنین بهبود کارایی در تحویل کالا و خدمات به مشتریان کمک کند.

به عنوان یک مثال، در حوزه تولید، هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود کیفیت و کاهش هزینه‌های بازمینی کالاهای تولید شده، کاهش هزینه‌های تعمیر و نگهداری دستگاه‌ها و افزایش دقت و سرعت در خط تولید به کار گرفته شود. همچنین، با استفاده از هوش مصنوعی در سیستم‌های مدیریت موجودی و تحویل کالا، می‌توان هزینه‌های لجستیک و نگهداری موجودی‌ها را بهبود بخشید و به مشتریان خدمات بهتری ارائه دهید.

به طور کلی، هوش مصنوعی می‌تواند در صرفه‌جویی در هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری در سازمان‌ها کمک شایانی کند.

نقش هوش مصنوعی در تجزیه و تحلیل داده‌های سازمان

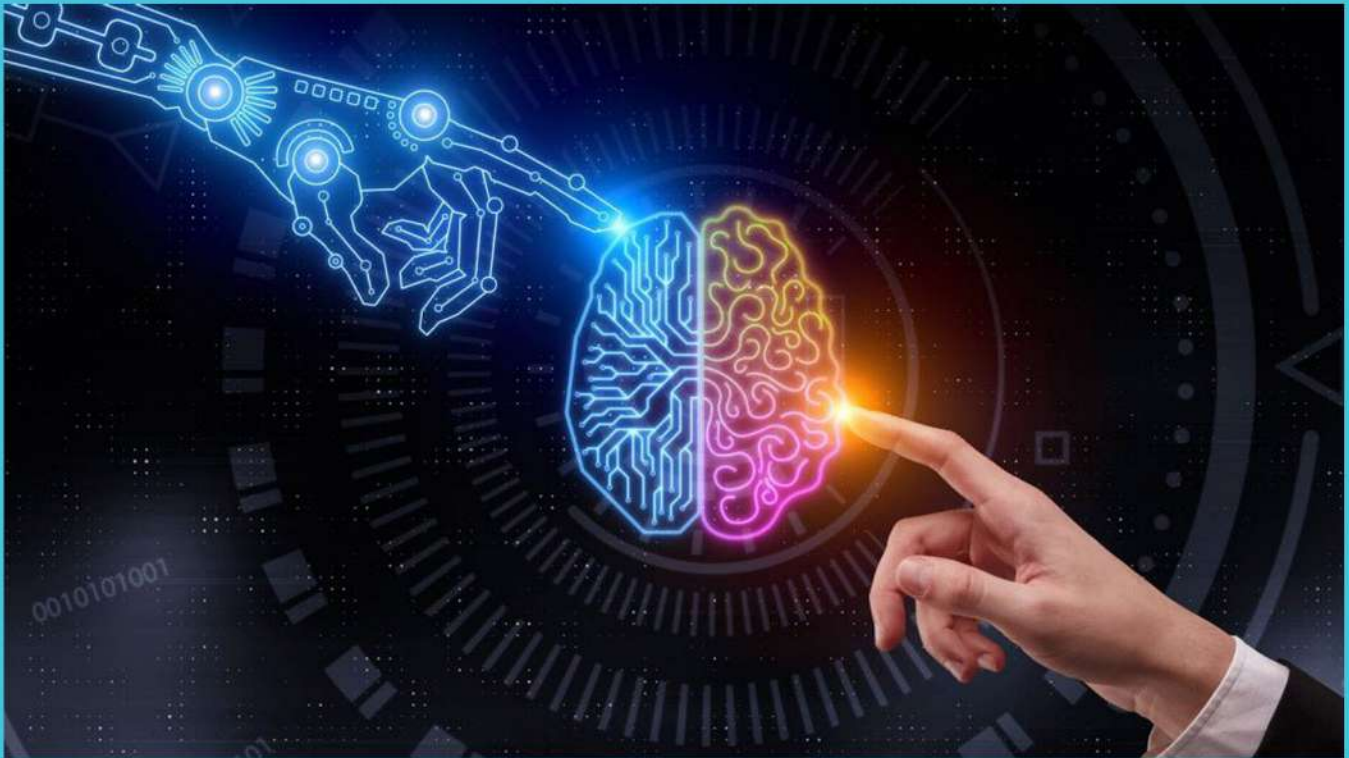
هوش مصنوعی (AI) می‌تواند به مدیران در تجزیه و تحلیل داده‌های سازمان کمک کند با استفاده از الگوریتم‌ها و مدل‌های یادگیری ماشین از اطلاعات به‌دست‌آمده استفاده کنند.



صرفه‌جویی در هزینه‌ها

هوش مصنوعی می‌تواند در سازمان‌ها به شکل‌های مختلفی کاربرد داشته باشد. به‌طور مثال، هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود فرآیندهای تولید کالا و خدمات، کاهش هزینه‌های نگهداری و تعمیرات، کاهش اتلاف مواد و موجودی‌های نامناسب و همچنین بهبود کارایی در تحویل کالا و خدمات به مشتریان کمک کند.





بعضی از موارد به شرح زیر است :

پردازش زبان طبیعی (NLP):

هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های NLP می‌تواند به مدیران کمک کند تا به طور خودکار داده‌های متنی مانند ایمیل‌ها، گزارش‌ها، متون وب و متن‌های دیگر را تحلیل و ارزیابی کنند و به دسته‌بندی‌هایی مانند موضوعات، احساسات، موجودیت‌ها و روابط بین موجودیت‌ها دست یابند.

یادگیری ماشین و یادگیری عمیق:

هوش مصنوعی می‌تواند با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین و یادگیری عمیق به تحلیل داده‌های عددی مانند داده‌های مالی، داده‌های فروش و داده‌های مخزن داده‌های بزرگ کمک کند. با استفاده از این الگوریتم‌ها، هوش مصنوعی می‌تواند موجودیت‌ها، الگوها و روابط بین داده‌ها را شناسایی کرده و به دسته‌بندی و پیش‌بینی‌های دقیق دست یابد. در انتها باید این نکته اشاره کرد قطعاً هوش مصنوعی دارای اشکالات و خطاهایی هست که توسط انسان‌ها باید مدیریت و رفع شود و این موضوع نقش انسان در به‌کارگیری از تکنولوژی را پررنگ‌تر می‌کند.

هوش مصنوعی ابزاری برای پیشبرد اهداف و مأموریت‌های از پیش تعیین شده می‌باشد و مدیران باید توانایی خود را در جهت استفاده از این ابزار به روز نگه دارند.

نویسنده:

حمیدرضا نادری
کارشناس مسئول خانه‌های خلاق
و نوآوری



معرفی خانه خلاق و نوآوری رضوان و گفت و گو با آقای سعید صائمی



این مجموعه از سال هزار و سیصد و نود و یک با عنوان تجاری استودیو رضوان و با هدف تولید انیمیشن با محتوای ایرانی در تکنیک ها و ژانرهای مختلف توسط جمعی از هنرمندان و متخصصان جوان حوزه انیمیشن کشور، راه اندازی و آغاز به کار کرد. همکاری با سازمان های مختلف و تولید بیش از ۹۰۰۰ دقیقه انیمیشن در تکنیک های مختلف با موضوعات متنوع فرهنگی، مذهبی و اجتماعی از درخشان ترین سوابق کاری این مجموعه است. هم اکنون استودیو رضوان با توشه ای از تجربه هنرمندان خلاق و جوان ایرانی و با بهره گیری از تجهیزات پیشرفته سخت افزاری، به تهیه و تولید انیمیشن، جلوه های ویژه سینمایی و تلویزیونی، تیزر و شبیه سازی در ژانرهای مختلف می پردازد.



این مجموعه در فرصت بسیار کوتاه توانسته است با ساختاری صنعتی در تولید انیمیشن، مسیری روشن برای خود ترسیم کند. در مجموعه رضوان بیش از صد نفر به صورت مستقیم و غیرمستقیم، در حوزه های کارگردانی، طراحی، انیمیت، مدلسازی، کامپوزیت، رندر و جلوه های ویژه فعالیت دارند.

استودیو رضوان در سال هزار و سیصد و نود و هفت از سوی دبیرخانه توسعه زیست بوم خلاق به عنوان شرکت خلاق در بخش رسانه های دیداری و شنیداری ثبت شد و سپس در سال هزار و سیصد و نود و هشت با توسعه فعالیت ها و برنامه های تجاری و علمی توانست ضمن تدوین طرح جامع مجتمع صنایع سرگرمی رضوان و طراحی شیوه و رویکردهایی نوین در پرورش ایده و جذب استارتاپ ها و همچنین طراحی رویدادهای رقابتی علمی تولید در حوزه انیمیشن و صنایع مرتبط، با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، به عنوان شتاب دهنده رضوان مجوز شتاب دهنده در حوزه صنایع سرگرمی را دریافت کند و به عضویت پارک فناوری پردیس پذیرفته شود. شتاب دهنده رضوان با ارائه شیوه های نوین خود در راستای صنعتی سازی تولید، موفق به دریافت مجوز دانش بنیان گردیده است... در سال هزار و چهارصد با توجه به ظرفیت های گوناگون در

آیا در حوزه تخصصی فعالیت می کنید؟
بله، در حال حاضر حوزه تخصصی ما صنعت انیمیشن می باشد.
ظرفیت خانه خلاق و نوآوری رضوان چقدر است و چه میزان از آن در حال استفاده است؟
حدود ۱۰ منتور و مشاور در خانه خلاق و نوآوری رضوان فعالیت می کنند، تعداد تقریباً مناسبی دستگاه ها و سیستم های به روز در حوزه تولید انیمیشن در اختیار مجموعه هست که با توجه به حجم درخواست ها و استارتاپ ها از تمامی ظرفیت های خود استفاده کرده ایم و به دنبال

حوزه صنایع خلاق و فرهنگی توانست به عنوان خانه خلاق و نوآوری از طرف معاونت علمی ریاست جمهوری برای حمایت از ایده های خلاقانه و تجاری سازی این ایده ها معرفی شود و در نهایت خانه خلاق و نوآوری رضوان بتواند در زمینه های مختلف فرهنگی به جامعه کمک کند.
فعالیت خانه خلاق و نوآوری رضوان به چه صورت است؟
در واقع رضوان پل ارتباطی است برای ایجاد تعامل بین ایده پردازان و صاحبین ایده، تهیه کنندگان و بازار.



تأمین تجهیزات بیشتر هستیم تا بتوانیم مسیر مشکل روبه روی خود را هموار تر کنیم نحوه پذیرش در خانه خلاق و نوآوری رضوان به چه صورت انجام می‌شود؟

در دو مورد فرآیند انتخاب استارتاپ صورت می‌گیرد،

۱- برگزاری رویداد

که این رویدادها به صورت رقابتی، خلاقیت و... می‌باشد

۲- جذب ایده

(که این جذب ایده می‌تواند از سمت دانشگاه، افراد در حوزه‌های صنایع فرهنگی باشد)

در دوره‌ای که برگزار شده است ایده از سمت مجموعه رضوان مطرح شده و تکمیل گردیده است اما در پروسه طراحی شده دریافت ایده منوط به حضور در رویداد های این مجموعه می‌باشد.

داوری و بررسی ایده‌ها در قالب یک کمیته صورت می‌گیرد. این کمیته با توجه به شاخص هایی از جمله سرمایه پذیری ایده، توانایی تجاری‌سازی، جذابیت و قابل پیاده‌سازی بودن» امتیاز بندی می‌شوند.

بعد از داوری و انتخاب ایده‌ها تیم فراخوانی می‌شود تا از طرح پیشنهادی خود در چهار محور (خلاقیت، جذابیت، اقتصادی، فنی) دفاع نماید.

بزرگترین چالش از دیدگاه بنده با توجه به اینکه مجموعه خصوصی هستیم تأمین سرمایه در گردش برای پروژه‌هایی که طراحی کرده ایم هست که فکر می‌کنم یکی از اصلی ترین چالش‌هایی هست که شرکت‌هایی مثل ما دچار آن هستند و ما هم از این قاعده مستثنا نیستیم.

خانه خلاق و نوآوری رضوان چه امکان و تجهیزاتی را فراهم کرده است؟

تقریباً فضایی بالغ بر ۴۰۰ متر در ۴ طبقه فراهم شده که در آن هر بخش به صورت مجزا بوده و اتفاق هایی از قبیل ایده پردازی، خلاقیت و طراحی در آن رخ می‌دهد که مجموعه‌ها و استارتاپ هایی که تحت حمایت خانه خلاق و نوآوری رضوان هستند می‌توانند در این فضاها از خدمات و منتورینگ و حمایت این مجموعه استفاده کنند.

برنامه‌های توسعه‌ای شما برای آینده چیست؟

چشم انداز مجموعه رضوان، ایجاد مدیا

داوری و بررسی ایده‌ها در قالب یک کمیته صورت می‌گیرد. این کمیته با توجه به شاخص‌هایی از جمله سرمایه پذیری ایده، توانایی تجاری سازی، جذابیت و قابل پیاده‌سازی بودن» امتیاز بندی می‌شوند.

بعد از داوری و انتخاب ایده‌ها تیم فراخوانی می‌شود تا از طرح پیشنهادی خود در چهار محور (خلاقیت، جذابیت، اقتصادی، فنی) دفاع نماید

در صورتی که امتیاز مورد نظر از سمت داوران دریافت شد آن استارتاپ وارد خانه خلاق و نوآوری می‌شود.



اکوسیستم برتر آسیا با تمرکز بر پروژه های بین المللی است که یکی از برنامه های توسعه ای این مجموعه می باشد.

پیشنهاد شما برای حمایت از شرکت های خلاق و خانه های خلاق و نوآوری چیست؟
متأسفانه حمایت مالی و معنوی از خانه های خلاق و نوآوری توسط سرمایه گذاران مغفول مانده است، در این راستا اگر حمایت مالی و معنوی از سوی سرمایه گذاران خصوصی و دولتی انجام نشود عموماً کار یا اتفاق خاصی رخ نمی دهد چرا که شاکله اصلی برای یک طرح و ایده خوب جذب سرمایه گذار و حمایت مالی و معنوی است. در هر حال اگر به صورت کلی بخواهیم تغییری در سطح های کلان و خرد جامعه احساس کنیم باید این حمایت ها از ایده ها و استارتاپ های خانه های خلاق و نوآوری صورت بگیرد تا در مسیر خود بدون مشکل گام بردارند، خانه های خلاق و نوآوری می توانند کمک بزرگی به دولت و جامعه کنند در صورتی که بپذیریم این خانه ها همانند شرکت ها و محصولات دانش بنیان تاثیر گذار هستند.



آقای دکتر سعید صائمی، مدیر خانه خلاق و نوآوری رضوان

ماموریت های خانه خلاق و نوآوری رضوان



- شناسایی طرح های خلاق و نوآورانه در حوزه های مختلف فرهنگی
- شناسایی، جذب و حمایت از ایده های خلاق
- حمایت از توسعه محصولات حوزه صنایع فرهنگی و خلاق
- اشتغال زایی
- آموزش و ارتقاء هدفمند
- ارائه مشاوره های تخصصی
- ایجاد بستر مناسب برای معرفی و آشنایی سرمایه گذاران و جریان سرمایه گذاری با حوزه صنایع خلاق، نوآورانه و فرهنگی

راه های ارتباطی :

سایت:

www.mrezwanstudio.ir

اینستاگرام :

Rezwan-cr

آدرس :

تهران، خیابان پیروزی، خیابان نبرد شمالی، خیابان
نبی اکرم، پلاک ۵۵

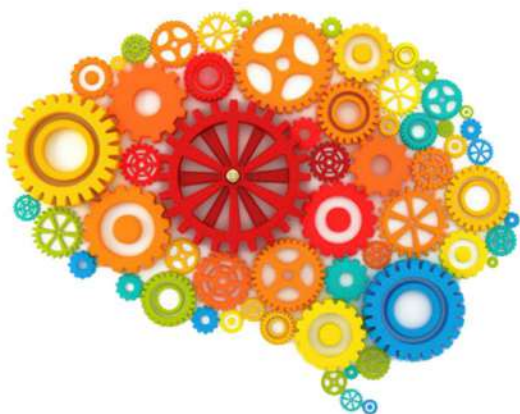
به منظور غنی سازی محتوا در رسانه های زیست بوم خلاق و استفاده از دانش و ظرفیت اساتید، محققین، دانشجویان، مدیران و کارشناسان شرکت های خلاق و دانش بنیان در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی دعوت میگردد تا در صورت تمایل مقالات، گزارش ها و اطلاعات مناسب برای عرضه در رسانه های مرتبط را در موضوعات زیر ارسال نمایند.

همچنین شرکت های خلاق و دانش بنیان حوزه صنایع فرهنگی و خانه های خلاق و نوآوری و نیز تیم های فعال در این حوزه ها می توانند گزارش عملکرد و اقدامات خود را برای انتشار ارائه نمایند.

قابل ذکر است مقالات و گزارش ها به نام تدوین کننده منتشر خواهد شد. همچنین در صورتی که مقالات سابقه انتشار نداشته باشند، حق التألیف نیز پرداخت می گردد.

موضوعات مدنظر:

- اقتصاد خلاق در ایران، منطقه و جهان
- سرمایه گذاری در صنایع خلاق
- نقش صنایع خلاق در اشتغال زایی
- بررسی وضعیت صنایع خلاق و فرهنگی در نظام آموزشی کشور
- راهکارهای توسعه بازار در صنایع خلاق
- پویانمایی و فیلم
- آموزش، یادگیری
- بازی ویدئویی و موبایلی
- بازی، اسباب بازی و سرگرمی
- رسانه های صوتی و تصویری
- صنایع دستی، گردشگری و میراث فرهنگی
- نوآوری اجتماعی
- طراحی، معماری و ساختمان
- کتاب، تولید محتوا، چاپ و نشر
- گیاهان دارویی و طب سنتی
- مالی، سرمایه گذاری، بیمه
- مد و پوشش
- هنرهای تجسمی و نمایشی
- غذا و نوشیدنی
- سلامت



نشانی ایمیل برای ارسال آثار: ircreative.articles@gmail.com



خانه‌های خلاق و نوآوری ایران

آروند

توسعه آفرینش‌های خلاق آروند
Arvand Creative Crafts Development

معرفی شرکت توسعه آفرینش‌های خلاق آروند

شتاب‌دهی شده توسط خانه خلاق و نوآوری زینو

لطفاً خودتان را معرفی کنید و کمی از فعالیت‌تان بگویید.

سید مصطفی حلوائیان مصلائی هستیم، دارای مدرک کارشناسی اقتصاد صنعتی از دانشگاه یزد و کارشناسی ارشد اقتصاد فرهنگ و هنر از دانشگاه هنر اصفهان. مدیر عامل شرکت توسعه آفرینش‌های خلاق آروند.

چه مسئله‌ای باعث شد شما به سمت صنایع دستی بروید؟

با توجه به رشته تحصیلی بنده در مقطع ارشد و انجام پروژه‌های متعدد در حوزه صنایع خلاق اعم از پروژه آسیب شناسی حوزه صنایع دستی و در همین راستا ارائه راهکارهای مناسب جهت رفع معضلات این حوزه، باعث شد تا به عنوان یک بخش خصوصی شرکت توسعه آفرینش‌های خلاق آروند را در جهت کاربردی سازی محصولات صنایع دستی، در گام اول جایگزین کردن صنایع فرهنگی و بومی ایرانی به جای صنایع و المان‌های خارجی به عنوان هدایای سازمانی، ارگانی و مناسبتی و همچنین طراحی تولید و توزیع محصولات کاربردی این حوزه تأسیس کنیم. در همین راستا شرکت آروند در راستای اشاعه فرهنگ بومی و معرفی صنایع خلاق به برگزاری رویدادهای مختلف در این حوزه و همچنین برگزاری اولین مجموعه موزه زنده تولید صنایع دستی جهت معرفی نحوه تولید و تجربه ساخت صنایع دستی به گردشگران (گردشگری تجربه محور در حوزه صنایع دستی و خوراک بومی)، با همکاری خانه خلاق و نوآوری زینو و مجموعه فرهنگی و ورزشی شهرداری یزد برای عید نوروز ۱۴۰۲ گام موثری برداشته است.

آورده در شروع ۵۰ میلیون تومان بوده است. رقبای شما چه کسانی هستند و مزیت رقابتی شما چیست؟
رقبای ما شرکت‌هایی مثل مجموعه سلام در اصفهان، آرا هنر در تهران در حوزه پکیجینگ و عرضه صنایع دستی در قالب صنایع هدیه

چطور تیم سازی کردید؟
با توجه به شناسایی نیازهای مورد توجه برای شکل‌گیری مجموعه آروند، اعم از مدیریت صنعتی، کارشناس فرهنگی و هنری، کارشناس اقتصاد فرهنگی و هنری و همچنین جذب سرمایه تیم‌سازی انجام گرفت.



هستند اما تمایز ما با رقبا مبتنی بر سفارش بودن، شخصی سازی کردن پکیج‌های هدیه، طراحی و تولید محصولات اختصاصی و کاربردی و استفاده از تمام رسته‌های صنایع خلاق در کنار صنایع دستی در پکیج‌های خود است.

آینده بازار خود را چطور ارزیابی می‌کنید؟ آیا در برنامه‌ریزی‌های خود رویکرد بین‌الملل دارید؟
با توجه به کاربردی سازی محصولات و گرایش

نقش خانه خلاق و نوآوری زینو در شتاب‌دهی شما به چه صورت بود؟
خانه خلاق و نوآوری زینو همواره با خدماتی مانند مشاوره، منتورینگ، آموزش‌های لازم، در اختیار گذاشتن فضای مناسب، همراهی در برگزاری رویدادها و ایجاد شرایط هم‌افزایی و شبکه‌سازی و مشارکت در تیم، در توسعه بازار مجموعه آروند نقش بسزایی داشته است.
با چه سرمایه‌ای شروع به کار کردید؟
با برآورد هزینه‌های راه‌اندازی شرکت سرمایه

سلیقه ها به استفاده از صنایع بومی و خلاق فرهنگی از جمله صنایع دستی، شرکت آروند توسعه محیطی و جغرافیایی برای گسترش بازار خود و همچنین تنوع محصولات در نظر دارد که در راستای توسعه جغرافیایی نگاهی به کشورهای همسایه در گام اول و در گام های بعدی سایر کشورها به عنوان محصولات فاخر ایرانی شده است.



خانه خلاق و نوآوری زینو همواره با خدماتی مانند مشاوره، منتورینگ، آموزش های لازم، در اختیار گذاشتن فضای مناسب، همراهی در برگزاری رویدادها و ایجاد شرایط هم افزایی و شبکه سازی و مشارکت در تیم، در توسعه بازار مجموعه آروند نقش بسزایی داشته است.



کلام پایانی

شرکت توسعه آفرینش های خلاق آروند در تلاش است تا به کارگیری پتانسیل های موجود در حوزه های مختلف صنایع خلاق اعم از صنایع دستی و هنرهای مردمی به اشاعه فرهنگ ایرانی پرداخته و در راستای اقتصاد مقاومتی و خود اشتغالی گام موثری بردارد.

راه های ارتباطی :

سایت:

www.arvandart.com

اینستاگرام :

arvandart



معرفی خانه خلاق و نوآوری حال خوب و گفت و گو با آقای حمیدرضا کاشف



خانه خلاق و نوآوری حال خوب از پاییز سال ۱۴۰۱ با هدف شناسایی وجوب ایده‌های نوآورانه، خلاقانه و فناورانه حوزه نوآوری اجتماعی به‌منظور کمک به رفع چالش‌های اجتماعی و با تأکید بر ارائه خدمات تخصصی برای گروه‌های هدف از جمله سالمندان، معلولین، زنان سرپرست خانوار و... با مشارکت و همکاری شتاب‌دهنده تخصصی حوزه فناوری سالمندان حال خوب فعالیت خود را آغاز نمود.



از جمله اهدافی که خانه خلاق و نوآوری حال خوب دنبال می‌کند عبارت است از:

- افزایش انگیزه و مشارکت نیروهای ایده پرداز و فرصت سازی در جهت رشد اقتصادی و فرهنگی منطقه
- ایجاد شبکه‌ها و سامانه‌های منتورینگ، مشاوره، آموزش، ساخت، تولید و آزمون در جهت کاهش هزینه‌ها، افزایش کیفیت، دسترسی، بهره‌وری و رقابت‌پذیری
- ایجاد بستری جهت هم‌افزایی، تبادل نظر و تجربیات، همکاری و مشارکت بین تیم‌ها، شرکت‌ها، مشتریان، متخصصین و اساتید، پیشکسوتان و انواع ذینفعان

خانه خلاق و نوآوری حال خوب به چه صورت در حوزه‌های تخصصی فعالیت می‌نماید؟

حوزه‌های پذیرش ایده‌های حوزه نوآوری‌های اجتماعی در بخش‌های تولید نرم‌افزارهای تخصصی، ایجاد بستر اشتغال، تولید لوازم و امکانات کمک توان‌بخشی، آموزش سبک زندگی و ... متناسب با توانایی و ظرفیت زیست بوم استان برای گروه‌های هدف مشروحه زیر اقدام می‌نماید.

- سالمندان به‌عنوان سرمایه‌های اجتماعی
- معلولین و توان‌خواهان

- زنان سرپرست خانوار
- کودکان تحت حمایت سازمان‌های ذیربط
- آسیب دیدگان ترک کرده مواد مخدر
- سایر گروه‌های در معرض آسیب
- فضای اختصاصی و اشتراکی
- فضای جلسات و هم‌اندیشی
- فضای آموزشی، مشاوره، پذیرش و داوری، مدیریت

ظرفیت خانه خلاق و نوآوری حال خوب چقدر است و چه میزان از آن در حال استفاده است؟

خانه خلاق و نوآوری حال خوب در حال حاضر در فضایی استیجاری با مساحت ۸۰۰ مترمربع در حال فعالیت است. با توجه به نوپا بودن خانه خلاق در حال حاضر تعداد چهار کسب و کار در حوزه‌های تخصصی در خانه خلاق مستقر هستند. و از امکانات ایجاد شده خانه خلاق حال خوب به شرح زیر استفاده می‌کنند:

- فضا و امکانات عمومی و خدمات رفاهی، پذیرایی و کافه عمومی
- نحوه پذیرش در خانه خلاق و نوآوری به چه صورت است؟**
- پذیرش ایده‌ها در خانه خلاق و نوآوری حال خوب با توجه به همکاری و مشارکت شتاب دهنده قرار است سالانه با برگزاری رویدادهای کارآفرینی در حوزه‌های اجتماعی صورت گرفته و پس از بررسی و در صورت تأیید وارد مرحله پیش شتاب‌دهی، شتاب‌دهی و پسا شتاب‌دهی

پیشنهاد شما برای حمایت از شرکت‌های خلاق و خانه‌های خلاق و نوآور چیست؟

- برگزاری سمینار های تخصصی به‌منظور آشنایی هم بنیان‌گذاران و شرکای اجتماعی جهت آشنایی با کارکرد شرکت‌های خلاق و نوآور و حمایت مادی و معنوی از آنان
- حمایت‌های مالی و معنوی به‌موقع و به میزان کافی از تیم ها، شرکت‌ها و هسته‌های مستقر
- تسریع در اخذ مجوزهای قانونی برای تیم ها، شرکت‌ها و هسته‌های مستقر



برنامه‌های توسعه‌ای خانه خلاق و نوآوری حال خوب برای آینده چیست؟

با توجه به افزایش چالش‌های اجتماعی برگزاری متعدد رویدادهای خلاقانه و نوآورانه برای چاره اندیشی مسائل اجتماعی در حوزه‌های تخصصی برای گروه‌های هدف و جذب ایده‌های کاربردی و اثربخش با همکاری و مشارکت سازمان‌های ذیربط در حوزه اجتماعی در کوتاه مدت به‌عنوان یکی از فعالیت‌های خانه خلاق و نوآوری حال خوب برنامه‌ریزی شده است.

بدیهی است تدوین برنامه بلند مدت، میان مدت و کوتاه مدت خانه خلاق در حال اقدام بوده و از ابتدای سال ۱۴۰۲ پس از تصویب قابلیت اجرایی خواهد داشت تا بر اساس آن بتوان عملکرد علمی و

اجرایی را طی مدت فعالیت مورد ارزیابی قرارداد و نسبت به کاهش نقاط ضعف و افزایش نقاط قوت تلاش نمود.

می‌شوند ضمناً سایر ایده پردازان مراجعه کننده برای طرح ایده‌های خود با مراجعه به صورت حضوری منطبق با فرم‌ها و الگوهای تأیید شده توسط کارشناسان و تیم دآوری خانه خلاق و نوآوری پذیرش انجام می‌شود.



بزرگ‌ترین چالشی که تجربه کرده‌اید چه بوده است؟

- عدم اطلاع و آگاهی مسئولین و شرکای اجتماعی از فهم وظایف و مأموریت‌های خانه خلاق و نوآوری
- استیجاری بودن محل استقرار
- افزایش هزینه‌های جاری و کمبود اعتبارات
- خانه خلاق و نوآوری حال خوب چه امکانات و تجهیزاتی را فراهم کرده است؟**
- ایجاد بستر لازم برای شبکه‌سازی هسته‌ها و شرکت‌ها
- بهره‌مندی صاحبان ایده از فضای اشتراکی
- اجرای برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای تخصصی حوزه کسب و کار
- فراهم نمودن استفاده از اینترنت رایگان برای شرکت‌ها و هسته‌های مستقر
- استفاده از امکانات رفاهی کافه کارآفرینی
- استفاده از امکانات فضای سرگرمی و بازی برای هسته‌ها و شرکت‌های مستقر که توسط خانه خلاق ایجاد شده است
- عضویت در باشگاه خلاق و کارآفرین حال خوب و استفاده از تخفیفات ویژه برای اعضاء
- سرمایه‌گذاری (نقدی و غیر نقدی) در بخش های شتابدهی

راه های ارتباطی :

سایت:

www.halekhoob.net

اینستاگرام :

[hkh.ac](https://www.instagram.com/hkh.ac)

آدرس :

کرمان- بلوار جمهوری اسلامی، بعد از چهارراه فرهنگیان، حدفاصل کوچه ۱۹ و ۲۱ خانه خلاق و نوآوری حال خوب

پذیرش ایده‌ها در خانه خلاق و نوآوری حال خوب با توجه به همکاری و مشارکت شتاب‌دهنده قرار است سالانه با برگزاری رویدادهای کارآفرینی در حوزه‌های اجتماعی صورت گرفته و پس از بررسی و در صورت تأیید وارد مرحله پیش شتاب‌دهی، شتاب‌دهی و پسا شتاب‌دهی می‌شوند ضمناً سایر ایده پردازان مراجعه کننده برای طرح ایده‌های خود با مراجعه به‌صورت حضوری منطبق با فرم‌ها و الگوهای تأیید شده توسط کارشناسان و تیم دآوری خانه خلاق و نوآوری پذیرش انجام می‌شود.



بررسی تاثیرات ضد قارچی عصاره گل میخک و ختمی بر روی قارچ آسپرژیلوس و پنی سیلیوم

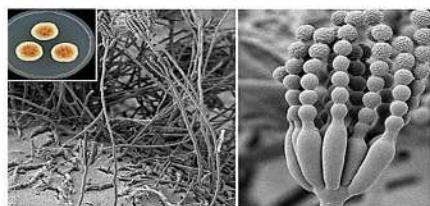
در این مطالعه تجربی، اثرات ضد قارچی عصاره های گل ختمی و گل میخک در دو غلظت ۲۵ و ۵۰ میلی گرم مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از مطالعه نشان داد که عصاره های گل ختمی با غلظت ۲۵ و ۵۰ میلی گرم دارای اثرات ضد قارچی علیه قارچ آسپرژیلوس بوده است. در حالی که عصاره گل میخک در تمام این دو غلظت دارای اثر مهاری علیه آسپرژیلوس بود. نتایج حاصل از این مقاله اثرات ضد قارچی این دارو های گیاهی بر گونه پنی سیلیوم و آسپرژیلوس را نشان داد.

موارد نادر، عفونت می تواند وارد جریان خون شده و به قلب یا مغز افراد آسیب پذیر برسد که در این صورت کشنده است.



قارچ پنی سیلیوم:

پنی سیلیوم نام یک سرده از قارچها است که در حیطه محصولات غذایی و دارویی مورد توجه قرار می گیرد. گونه ای از این سرده در تولید پنی سیلین، که مولکولی آنتی بیوتیک است، کاربرد دارد. در فرهنگ قارچها (نسخه ۱۰، سال ۲۰۰۸)، گستردگی آن بیش از سیصد گونه است. پنی سیلین در انواع قارچها و کپک های روی نان و پنیر نیز رشد می کند.



نیز دارد. یکی از انواع این قارچ، آسپرژیلوس نایجر است که به صورت کپک های سیاه رنگ در محیط های مرطوب مثل گوشه های حمام پیدا می شود. این قارچ به ندرت ایجاد عفونت می کند. اما قرار گرفتن در معرض هاگ ها و گازهای شیمیایی آزاد شده توسط این قارچ، می تواند برای بیماران ریوی مشکلات تنفسی ایجاد کند.

نحوه گسترش:

۱- این قارچ در محیط های مرطوب و روی بقایای ارگانیک مثل غذا یا گیاهان در حال فساد، داخل سطل زباله و توده های کمپوست رشد می کند

۲- روش دیگر تکثیر این قارچ، به وسیله آزادسازی هاگ در هوا است که این هاگ ها می توانند هنگام تنفس، وارد ریه ها شوند.

۳- انتقال به وسیله انسان به سطوح مرطوب که کلونی می تواند در آنجا رشد کند هم باعث تکثیر قارچ آسپرژیلوس می شود.

علائم و عوارض:

۱- مشکلات تنفسی مثل آسم ۲- در صورت ابتلا به عفونت، این قارچ می تواند داخل ریه یا سینوسها رشد کرده و موجب بروز سرفه، خستگی، گرفتگی بینی و سردرد شود. ۳- در

حضور و رشد قارچ در مواد غذایی می تواند موجب کاهش کمی و کیفی مواد غذایی شود. رشد قارچها همچنین می تواند باعث خطرانی برای سلامتی انسان شوند، زیرا بعضی از گونه های قارچی قادر به تولید مایکوتوک سینها می باشند. مایکوتوکسین ها از متابولیت های ثانویه گونه های مختلف قارچی می باشد و می توانند مواد غذایی مختلف را آلوده کنند. سیتربین نیز یک متابولیت سمی ثانویه است که اولین بار از قارچ پنی سیلیوم سیتربین جدا شد و دارای خاصیت نفروتوکسیک می باشد. وجود محدودیت هایی در درمان بیماری های قارچی از قبیل کمبود و گرانی داروهای ضد قارچی، عوارض جانبی آنها و نیز مقاومت داروها و یا کاهش حساسیت قارچها به این نوع داروها در پژوهش موجب شده تا توجه پژوهشگران به جستجوی داروهای ضد قارچی جدید خصوصا داروهای گیاهی معطوف شود. هدف از مطالعه حاضر ارزیابی اثرات عصاره های گل ختمی و گل میخک بر رشد قارچ های آسپرژیلوس و پنی سیلیوم است.

تعاریف: کلمات کلیدی

قارچ آسپرژیلوس:

آسپرژیلوس نوعی قارچ است که انواع مختلفی

۸۰-۱۰۰ درجه سانتیگراد حل و در دمای پایین ۴۵ درجه جامد می شود.) آگار سیب زمینی به مدت ۱۰ - ۷ روز در دمای ۲۶ درجه سانتی گراد گرم خانه گذاری شدند تا اسپور تولید شود. اسپوره های قارچ های به دست آمده در پلیت های آگار سیب زمینی مورد کشت قرار گرفتند. سپس برای هر کدام از این پلیت ها چاهکی به قطر ۵ میلیمتر با استفاده از چوب پنبه سوراخ کن استریل ایجاد شد و مقدار ۵۰ میکرولیتر از عصاره های گل میخک و گل ختمی به صورت های جداگانه و در غلظت های تهیه شده به پلیت ها اضافه می شد (روش چاهک گذاری در سه مرحله انجام می شود که در هر مرحله ۵۰ میکرولیتر اضافه می کنیم و روی محیط کشت قرار می دهیم .) یک هفته به آزمایش در دمای ۲۶ درجه سانتیگراد در گرم خانه گذاری فرصت دادم تا نتایج به دست آمده را بررسی نمایم . در این آزمایش از روش محیط کشت (پایه) استفاده نمود زیرا این محیط کشت مناسب برای رشد باکتری ها و قارچ ها است . از دستگاه آنتی بیو گرام هم برای این که بدانیم چه آنتی بیوتیکی (پنی سیلین) بر روی چه باکتری موثر است استفاده کردم .



روش عصاره گیری :

مقدار ۱۰۰ گرم از گل ختمی و ۱۰۰ گرم از گل میخک را با کمک دستگاه آسیاب پودر می کنیم . مقدار ۱۰۰ گرم از پودر بدست آمده را از هر دو نوع گیاه با دقت و جداگانه در ظرف و به هر کدام ۱۰۰ میلی لیتر آب اضافه می کنیم و در دستگاه سوکسله می ریزیم سپس ۲۰۰ میلی لیتر آب مقطر به عنوان حلال در بالن ته گرد بریزید و عمل عصاره گیری در ۶ ساعت انجام می شود . پس از پایان عصاره گیری ، بالن حاوی مواد جمع آوری شده را از دستگاه خارج کنید . به منظور غلیظ سازی ابتدا هر کدام از عصاره های حاصل را به مدت ۲۴ ساعت در انکوباتو ۳۷ درجه قرار می دهیم . و سپس به مدت ۲ ساعت در دستگاه روتای تقطیر شده می گذاریم تا به غلظت قابل قبول برسد . برای

بیش از دو هزار سال است که برای درمان گلودرد، سرفه و ناراحتی های معده و به طور موضعی جهت التیام زخم، کاربرد دارد.

عوارض جانبی :

ختمی گیاه مفید و بی ضرری است و فقط زنان باردار و مادران شیرده باید از زیاد خوردن آن پرهیز کنند. کسانی که سرد مزاج هستند باید ختمی را با عسل بخورند .



وسایل مورد نیاز برای آزمایش :

- ۱-دستگاه آنتی بیو گرام
- ۲-پخش کننده شیشه
- ۳-دستکش
- ۴-روپوش آزمایشگاهی
- ۵-دستگاه دیسک گذاری (چاهک گذاری)
- ۶-قارچ اسپرژیلوس
- ۷-قارچ پنی سیلیوم
- ۸-الکل
- ۹-محیط کشت
- ۱۰-دستگاه سوکسله
- ۱۱-دستگاه اتوکلاو (استریل کننده)
- ۱۲-رفرکتومتر (اندازه گیری غلظت مایعات)
- ۱۳-۴ ظرف پتری دیش
- ۱۴- دستگاه هات پلیت



شرح آزمایش :

برای تهیه سوسپانسیون اسپور قارچ ابتدا قارچ ها در محیط آگار (پودر آگار از نوعی جلبک دریایی به نام ژلیریم به دست آمده که در دمای

گل میخک:

درخت میخک بومی جزائر اندونزی و اقیانوسیه است و بعلت زیبایی خاصی که در در امروز در بیشتر نقاط دنیا بعنوان درخت زینتی پرورش داده می شود . البته در مناطق سردسیر این گیاه در گلخانه و گرم خانه نگهداری می شود . در قدیم الایام این گیاه ادویه ای گران قیمت بوده که تنها پادشاهان و ثروتمندان مکی توانستند از آن استفاده کنند . میخک درختی است کوچک و مخروطی شکل که برگهای آن هیچ وقت زرد نمی شود و در تمام طول سال سبز است . ارتفاع این درخت تا ۱۰ متر می رسد . غنچه های این درخت پس از باز شدن یعنی قبل از اینکه رنگ خاکستری و ارغوانی آن تبدیل به قرمز شود باید چیده و خشک نمود .

خواص گل میخک :

- ۱-برای رفع دندان درد و گوش درد یک قطره از اسانس میخک و یا روغن آنرا روی دندان بمالید و یا در گوش بچکانید.
- ۲- میخک از سرطان جلوگیری کرده و حتی درمان کننده سرطان می باشد .
- ۳- ضعف اعصاب را درمان می کند .
- ۴- کبد و کلیه را تقویت می کند .
- ۵- برای رفع تنگی نفس مفید است و...



گل ختمی :

ضد درد، ضدباکتری، ضدسم، ضد التهاب، ضدسرفه، ضدعفونی کننده، ضداحتقان، ضد کرم، ادرارآور، خلط آور، کاهش دهنده ی قند خون، محرک سیستم ایمنی بدن، ملین و مسهل است . ختمی، گیاهی است علفی، پایا به ارتفاع تا ۱/۵ متر و پوشیده از کرک. برگ های این گیاه با پهنک بزرگ و شامل ۳-۵ لب دنداندار است. ختمی گل هایی به رنگ سفید مایل به ارغوانی است که در قسمت های انتهایی ساقه اکثرا به صورت ۳ تایی دیده می شوند. قسمت مورد استفاده ی ختمی گل، ریشه و برگ آن است .

ریشه ی ختمی :

ریشه ی ختمی به عنوان منبع مهم موسیلاژ



اندازه گیری غلظت عصاره ها از دستگاه رفرکتور استفاده می کنیم .



رفرکتور



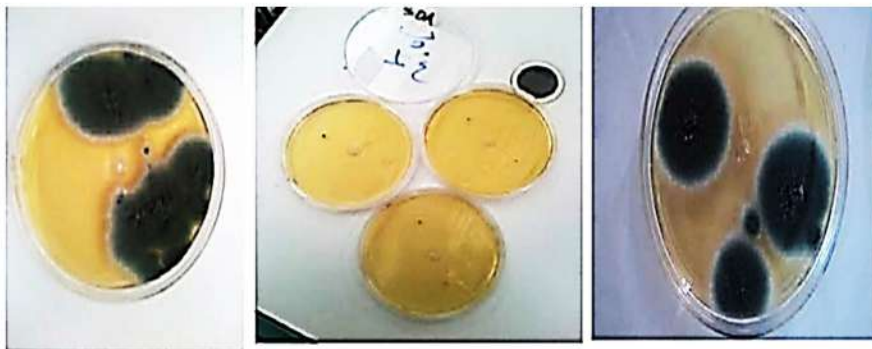
پنی سیلیوم بوده . عصاره گل ختمی در هیچ غلظتی قادر به از بین بردن قارچ های اسپرژیلوس و پنی سیلیوم نبوده است . این مطالعه نشان می دهد که عصاره گل ختمی دارای فعالیت ضد قارچی بالاتری علیه قارچ اسپرژیلوس می باشد در عین حال هر دوی این عصاره ها اثر مهاری خوبی روی پنی سیلیوم داشته اند .

روش درست کردن آگار سیب زمینی :

ابتدا ۲۰۰ گرم سیب زمینی را پوست می گیریم و خرد می کنیم سپس آن را داخل پارچه می ریزیم ۱۰۰۰ سی سی آب مقطر را روی شعله گذاشته و سیب زمینی ها را اضافه می کنیم . بعد از ۳۰ دقیقه جوشیدن دستمال دستمال را خالی کرده و آن را ه عنوان صافی روی قیف گذاشته و محلول را صاف می کنیم (عصاره سیب زمینی) این محلول را داخل بشر می ریزیم و ۲ گرم پودر آگار به آن اضافه می کنیم (به صورت تدریجی) و سپس ۲۰ گرم دکستروز یا گلوکز به آن اضافه می کنیم . انقدر هم می زنیم که حجم محلول به ۱ لیتر برسد . محلول آماده شده را در اتوکلاو می گذاریم تا استریل شود ، بعد به پلیت ها اضافه می کنیم .

بحث و نتیجه گیری :

نتایج بدست آمده نشان می دهد عصاره گل میخک در غلظت ۲۵ میلی گرم قادر به از بین بردن به ترتیب قارچ های اسپرژیلوس و



میزان رشد		نوع عصاره :	نوع قارچ : Mushroom type
۵۰ mg	۲۵ mg		
-	+	گل میخک گل ختمی	اسپرژیلوس: <i>Apergillu</i>
+	++		
-	+	گل میخک گل ختمی	پنی سیلیوم : <i>Penicillum</i>
-	+		

+ رشد بیشتر قارچ بیش از نصف پلیت را پوشانده
++ رشد کمتر از + بیست و پنج درصد را پوشانده

منابع:

1. Al-Snafi, A. E. 2013. The pharmaceutical importance of *Althaea officinalis* and *Althaea rosea*: a review. *International Journal of PharmTech Research*, 1385-1378 :53.
 2. Ayatollahi Mousavi, S. A., H. Abdollahi and N. Kazemipour. 1996. Investigation of antifungal activity of 10 methanol extracts of medicinal herbs. *Journal of Kerman University of Medical Sciences*, (.122-115 :3)3(In Farsi.
 3. Bennett, J. W. and M. Klich, 2003. Mycotoxins. *Clinical Microbiolog Review*, (.516-497 :163
 4. Bluma, R. V. and M. G. Etcheverry. 2008. Application of essential oils in maize grain: impact on *Aspergillus* section.
- www.nashriehdanpezeshki.ir

دانش آموز پژوهشگر:

نازنین زهرامیری زگلوجه

برگزیده پنجمین رویداد اینوتکسیکاپ

در حوزه گیاهان دارویی



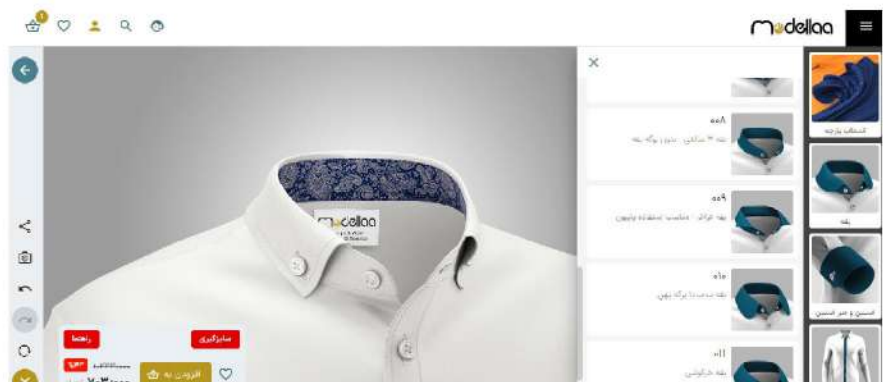
تریبون اول این شماره اختصاص دارد به معرفی شرکت نوین پوشاک خلاق با "پلتفرم مدلا- طراحی و خرید آنلاین پیراهن" و گفتگو با آقای محسن سلیمانی

ایده اولیه استارت‌آپ مدلا در سال ۱۳۹۶ توسط دکتر شهرام شادرخ عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شریف و رئیس هیئت مدیره مدلا ارائه شد. پس از آن با برگزاری جلسات متعدد؛ زیرساخت‌های وبسایت مدلا طراحی و ایجاد گردید. تیم‌های متشکل از طراحان لباس، خیاطان، برنامه نویسان و تحلیلگران و مشاوران صنعت نساجی و پوشاک سازمان‌دهی شدند تا اولین گام‌های ساخت وبسایت مدلا فرایند شکل‌گیری‌اش را آغاز نماید. در اوایل سال ۱۴۰۱ مدلا با لاین تولید پیراهن شخصی دوز مردانه فرایند تبلیغات و فروشش را آغاز نمود و با توجه به قطعی‌ها و اختلالات مکرر اینترنت کشور در ماه‌های اخیر مدلا توانست به سرعت جای خودش را در دل مردم باز کند و طرفداران زیادی پیدا کند که روز به روز به تعداد آن‌ها افزوده می‌گردد.

داشتیم پوشاکی تولید شود که خود مشتری در طراحی آن پوشاک نقش اصلی داشته باشد و نیز لباسی متناسب با اندازه او تولید شود.

چه پتانسیل‌ها و فرصت‌هایی حوزه مد و پوشاک دیدید که سراغ این کار اومدید؟

طبق آخرین آمار که زمان راه‌اندازی و ایجاد وبسایت مدلا داشتیم صنایع پوشاک و نساجی در ایران ۲۵ هزار میلیارد تومان بازار داشته که ۱۷ هزار میلیارد تومان آن مربوط به پوشاک و مابقی به پارچه و فرش اختصاص داشته. همچنین طبق تحقیقات متوجه شدیم که ایرانی‌ها سالانه سه میلیون دست‌کت و شلوار مصرف می‌کنند. سقف ظرفیت تولید شرکت‌های داخلی ۵۰۰ هزار دست در سال ۱۳۸۹ برآورد شده و ۲/۵ میلیون دست دیگر از خارج تأمین می‌شود. با توجه به این آمارها مشخص است که صنعت نساجی و پوشاک پتانسیل خوبی برای سرمایه‌گذاری ایجاد می‌نماید و باید در نظر بگیریم که طبق آمار سال ۱۳۸۹ چیزی حدود ۷۰ درصد پوشاک موجود در بازار ایران، خارجی بوده. در شرایط کنونی که با افزایش بی‌رویه نرخ دلار روبرو هستیم،



هایی با کیفیت به صورت شخصی دوزی همراه با قیمت مناسب به سلیقه مشتری و البته متناسب با اندام او به صورت گسترده در سرتاسر ایران بوده است. طبق بررسی‌های انجام شده لباس‌های از پیش تولید و اما ده شده نمی‌توانستند نیاز بازار را از نظر طراحی و مد روز تأمین کنند؛ برای همین مشتریان همیشه نقصی را در اجزای مختلف لباس از نظر دیزاین احساس می‌کردند و نکته مهم‌تر اینکه لباس از پیش تولید شده نمی‌توانست دقیقاً متناسب با اندازه هر شخص باشد. تیم مدلا تصمیم گرفت پلتفرمی ایجاد نماید که این نقص را برطرف نماید در این راستا سعی بر آن

به جرئت بگویم که شاید خود ما تا این اندازه فکر نمی‌کردیم که به این اندازه مورد استقبال مردم واقع شود. با توجه به استقبال شدید مردم برآن شدیم تا لاین‌کت و شلوار را هم ایجاد نماییم. قصد داریم تا انتهای سال ۱۴۰۱ لاین شلوار را ایجاد و خطوط تولیدی کت و تی‌شرت مردانه را در سال ۱۴۰۲ داشته باشیم. برای تولید انواع لباس‌های زنانه هم برنامه‌ریزی شده و در حال بررسی است.

هدف شما از ایجاد این کسب‌وکار چه بوده است؟

هدف از ساخت چنین پلتفرمی تولید لباس



آقای مهندس محسن سلیمانی
مدیر عامل پلتفرم مدلا

لباس، دوزنده، برنامه‌نویس، مشاور صنعت و تیم تبلیغات در وبسایت مدلا فعالیت دارند. قطعاً با رشد وبسایت مدلا می‌توانیم سهم بسزایی در اشتغال داخل کشور در تخصص‌ها و زمینه‌های مختلف داشته باشیم.

جامعه مثل مدیران شرکت‌ها و سازمان‌ها، پزشکان و...

• افرادی که به نحوه پوشش و به‌روز بودن پوشش خود اهمیت می‌دهند

• افراد چاق و یا لاغر، قدکوتاه و یا بلند و یا افرادی با فرم خاصی از بدن که به‌راحتی نمی‌توانند متناسب با اندام خود لباس پیدا کنند.

البته اضافه کنم در این مدت برای تعدادی از شرکت‌ها و سازمان‌ها هم به‌صورت عمده برای پرسنل شان لباس تولید کرده ایم. با توجه به سورتس‌هایی که در تأمین پارچه باکیفیت بدون واسطه و افزایش بهای پارچه داشته‌ایم توانسته ایم پیراهن‌های عمده با کیفیت بسیار بالا را به سازمان‌هایی همچون گروه مپنا در کارنامه خود داشته باشیم.

خوشبختانه تاکنون بازخوردهای بسیار مثبتی از مشتریان داشته‌ایم تا حدی که مشتریان وفادار هم برای ما ایجاد شده است و به جهت رضایتمندی آن‌ها سفارشات متعددی از آن‌ها داشته‌ایم. نه‌تنها خودشان سفارش می‌دهند بلکه ما وارد جریان تبلیغات اصطلاحاً دهان به دهان هم شده ایم و به شدت به مشتریان روزانه ما افزوده می‌گردد.

چه تعداد نیروهایی در مجموعه شما و با چه تخصص‌هایی مشغول کار هستند؟

در حال حاضر با تعداد ۲۵ نفر نیروی متخصص، به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم همکاری داریم. تخصص‌های همچون الگوساز، برشکار، طراح

تأمین پوشاک با کیفیت در بازارهای داخلی می‌تواند فرصت مناسبی برای تولیدکننده‌های داخلی باشد.

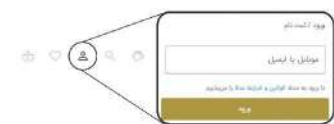
لطفاً یک معرفی کلی از خدمتی که ارائه می‌کنید بفرمایید.

تولید پوشاک متناسب و دقیقاً با اندازه هر شخص همراه با دوخت بسیار عالی و طراحی آن توسط خود مشتری در سرتاسر ایران به صورت آنلاین.

خدمت شما چه تمایز یا نوآوری‌هایی با سایر نمونه‌های مشابه دارد؟

اکنون ما اولین و تنها مجموعه‌ای هستیم که از این فناوری نوین در صنعت پوشاک در ایران بهره‌منداست؛ اینکه مشتریان می‌توانند لباس خودشان را طراحی و سفارش دوخت آن را بدهند تا با قیمتی مناسب در مدت زمان کوتاهی تحویل بگیرند. آنچه در یک لباس بسیار حائز اهمیت است دوخت خوب، پارچه خوب، سایز خوب است که مدلا سعی دارد در تمامی این پارامترها بهترین را ارائه دهد.

نحوه سفارش از مدلا به چه صورت است؟ در قدم اول باید در سایت مدلا ثبت نام کنید.



در قدم بعدی به سراغ گزینه طراحی آنلاین می‌روید. با انتخاب مدل لباس و اعمال تغییرات دلخواه، آن را برای دوخت آماده می‌کنید.



بعد از اتمام طراحی به صفحه پرداخت هدایت می‌شوید. بعد از نهایی کردن سفارش نوبت سایزگیری است. برای گرفتن سایز هم دو راه پیش روی شما قرار دارد. هم می‌توانید از روش سایزگیری حضوری استفاده کنید که فعلاً فقط در تهران قابل دسترس بوده و به زودی در سراسر ایران هم فراهم می‌شود و هم امکان سایزگیری به صورت آنلاین وجود دارد.

مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟ میزان استقبال از سایت مدلا چطور بوده است؟

• ورزشکاران خصوصاً بدن‌سازان که با توجه به حجم بدنشان نمی‌توانند لباسی متناسب با سایز خود پیدا کنند افراد در طبقه خاص

مدلا اولین و تنها مجموعه‌ای است که از فناوری نوین در صنعت پوشاک در ایران بهره‌منداست؛ اینکه مشتریان می‌توانند لباس خودشان را طراحی و سفارش دوخت آن را بدهند تا با قیمتی مناسب در مدت زمان کوتاهی تحویل بگیرند. آنچه در یک لباس بسیار حائز اهمیت است دوخت خوب، پارچه خوب، سایز خوب است که مدلا سعی دارد در تمامی این پارامترها بهترین را ارائه دهد.

برای آینده چه برنامه‌ای دارید؟

در حال حاضر پیراهن مردانه را فروش داریم تا انتهای سال ۱۴۰۱ لاین شلوار مردانه را خواهیم داشت و در سال ۱۴۰۲ کت و تی‌شرت مردانه را



اضافه خواهیم کرد. ان شاء الله به خواست خداوند متعال در سال ۱۴۰۳ پایهریزی لباس های زنانه را در دستور کار قرار داده ایم لازم به ذکر است در این بین در تلاش هستیم تا با دانش روز و تکنولوژی هوش مصنوعی ابزارهایی ایجاد نماییم تا فرایند سایزگیری را به صورت غیرحضورى تسهیل بخشید که به زودی شاهد این موفقیتمان هم خواهید بود.

در روش سایزگیری آنلاین که پس از مراحل پرداخت مشاهده خواهید کرد سه روش وجود دارد:

- روش استفاده از جدول سایز
- روش اندازه گیری از روی پیراهن
- روش اندازه گیری بدن با گوشی موبایل با استفاده از هوش مصنوعی

در روش جدول سایز، با توجه به راهنمای موجود در سایت می توانید سایز مناسب خود را انتخاب کنید.



در این روش می توانید قد آستین و قد پیراهن را به دلخواه وارد کنید.

تعدادی از خدمات مدلا را معرفی کنید.

اکنون مردم می توانند در وبسایت مدلا به آدرس www.modellaa.com پیراهن مردانه را خودشان طراحی و سفارش دوخت دهند. به زودی بسته کاملی از لباس های مردانه و زنانه را در سایت خواهیم داشت.

چه موفقیت هایی یا تجربیات موفقى با مدلا به دست آورده اید؟

اینکه مردم ایران شایسته بهترین ها هستند و موفقیت ما رضایتمندی مردم است وقتی در پشتیبانی هایی که پس از تحویل کالا داریم این میزان رضایتمندی را می شنویم بسیار قدرتمندتر از قبل سعی داریم پیش روی داشته باشیم و این انگیزه باعث می شود تا برای هر چه بهتر کردن کیفیت محصول مدلا کارکنیم.

چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب و کار شما بوده و یا هست؟

مهم ترین مشکل ما وضعیت نابسامان اینترنت کشور و نیز فیلترینگ است که ان شاء الله با حمایت مسئولین مرتبط این موانع برطرف گردد. اکنون که این استارتاپ نوپا نیاز به تبلیغات و معرفی بیشتر و فراگیرتر در بین مردم برای استفاده از خدمات آن دارد ما نمی توانیم آن طور که باید تبلیغات داشته باشیم. حتی بسیار پیش آمده که به جهت استفاده مردم از فیلترشکن ها و وی پی ان ها زمان پرداخت در درگاه های بانکی دچار مشکل می شوند و از خریدشان منصرف می گردند.

پیشنهاد شما برای کسانی که قصد ورود به این حوزه کسب و کار را دارند چیست؟

من سؤال شما را این گونه پاسخ می دهم. هر استارتاپی در یک بازه زمانی به فکر جذب سرمایه است. از سرمایه گذاری که تمایل دارند در این استارتاپ سرمایه گذاری هدفمند و آینده دار داشته باشند دعوت به عمل میاوریم قطعاً ورود به حوزه صنعت نساجی و پوشاک

در روش اندازه گیری از روی پیراهن، از روی یکی از پیراهن هایتان که تن خور خوبی دارد و جنس آن کشی نباشد و با استفاده از راهنمای قرار داده شده در سایت، می توانید اندازه های لازم را وارد کنید.



در روش اندازه گیری بدن بواسطه هوش مصنوعی، شما می توانید بوسیله یک گوشی موبایل اندازه های خود را به صورت کاملاً دقیق وارد سایت نمایید تا لباس متناسب با اندام شما دوخته شود.



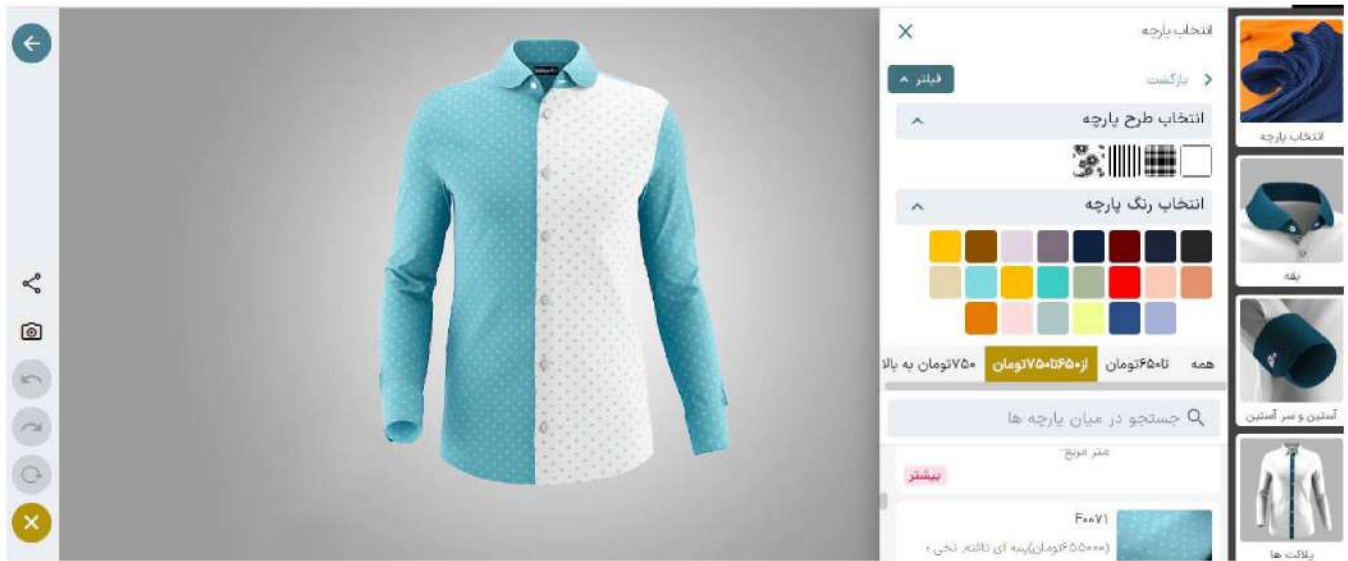
زحمت و سرمایه های کلانی لازم دارد که سرمایه گذاران فعلی مدلا تاکنون این راه را طی کرده و هموار نموده اند اکنون که این بستر آماده بهره برداری است و مسیرهای سخت خود را طی کرده است فرصت مناسبی برای سرمایه گذاری است.



در مدلا به پلتفرم طراحی شده که شما همون لباسی را که دوس دارید؛ خودتون طراحی کنید؛ یعنی هر نوع برشی که سلیقه ی شماست و میخواید لباستون داشته باشه، هر طرحی که به شما و جهانتون نزدیکه را مثل یه طراح لباس الگو کنید، حتی میتونید رنگ دکمه ها، نوع آستین و یقه یا حتی طرح و رنگ پارچه تون را انتخاب کنید یا از ترکیب پارچه های مختلف برای لباستون استفاده کنید. یعنی هر فکر و ایده ای که دارید را به سادگی میتونید روی لباس ها پیاده کنید و ما با کمک تیم حرفه ای مدلا لباسی که شما طراحی کردید را براتون آماده می کنیم، لباسی که قراره مختص جهان و داستان شما باشه.



استایلی که دوس داری



انتظارات شما در خصوص حمایت‌های دولتی مانند برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق چیست؟

- معرفی پلتفرم‌ها به سرمایه‌گذارانی که تمایل دارند در استارت‌آپ‌های موفق سرمایه‌گذاری داشته باشند
- کمک بیشتر در معرفی پلتفرم‌های موفق به مردم تا بتوانند از خدماتشان بهره‌مند شوند
- تسهیلات و تخفیفات امور داری و مالیات.

در انتها قصد دارم به خوانندگان ماهنامه زیست بوم خلاق تخفیف ویژه‌ای هم هدیه بدهم تا افتخار این را داشته باشیم که پیراهن خاص تنشان را از وبسایت مدلا تهیه نمایند. با وارد کردن **کد تخفیف zistboom** در زمان ثبت سفارش از تخفیف ویژه خرید پیراهن مردانه وبسایت مدلا بهره‌مند شوید.



به سلیقه خود طراحی کن

modellaa Design & Wear

سایت:

www.modellaa.com

اینستاگرام:

modellaadotcom

گزارش هم‌آورد بازارپردازی تهران



منشور ملی ارشد اسلامی



صندوق اعتباری هنر
Honar Credit Fund



وزارت فرهنگ و ارشد اسلامی

ماجرای هم‌آورد بازارپردازی تهران

«هم‌آورد بازارپردازی تهران» را دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور با همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری، سازمان تبلیغات اسلامی و صندوق اعتباری هنر در تاریخ ۱۰ بهمن ۱۴۰۱ در محل کوشک باغ هنر برگزار کرد. این رویداد نوآورانه در حوزه اقتصاد بازارپردازی فرهنگی و در قالب رویداد پیچینگ طرح‌ریزی گردید. مهمترین اهداف این رویداد، ایجاد سازوکاری جهت صنعتی‌شدن فعالیت‌های فرهنگی و هنری، درهم‌آمیخته شدن زمینه‌های متنوع فعالیت‌های فرهنگی و هنری و تجاری‌سازی و توسعه بازارهای محصولات فرهنگی و هنری در سطح کشور است. در این راستا، توسعه ادبیات موضوع در حوزه اقتصاد فرهنگ با تفکیک نقش و وظیفه دو گروه از بازیگران با عناوین فعالان فرهنگی (تهیه کنندگان تک‌منظوره فرهنگی) و تهیه‌کنندگان ارشد (یا همان کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان) مورد توجه قرار گرفته است.

جذب سرمایه هدف‌گذاری شد. براساس برآوردها می‌توان پیش‌بینی نمود که در مجموع این ۱۰ کسب‌وکار فرهنگ‌بنیان ظرفیت اشتغال‌آفرینی برای ۱۰۰۰۰ نفر در حوزه‌های مختلف تحقیقات، طراحی، تولید، توزیع و فروش زنجیره محصولات خود را خواهند داشت.

فرایند برگزاری رویداد در طول سال گذشته شامل شناسایی و ارزیابی تیم‌های تهیه‌کننده ارشد، از بین ۲۵ تیم منتخب، پس از برگزاری جلسات متعدد و ارزیابی‌های صورت گرفته، فهرستی از ۱۰ تهیه‌کنندگان ارشد به وجود آمد که این مجموعه‌ها توانستند با ارائه مدل‌های کسب‌وکاری و برنامه اقتصادی، تبدیل به کسب و کارهای فرهنگ‌بنیان شده تا جهت جلب مشارکت فعالان اقتصادی فرهنگ و هنر در هم‌آورد بازارپردازی تهران شرکت کنند. کسب و کارهای فرهنگ‌بنیان عبارتند از:

را از سمت فعالیت‌های هنرمندانه فعالان فرهنگی که از ایده‌ها و رویاهای اولیه هنری شکل می‌گیرد، شروع کرده و با تحکیم جایگاه تهیه‌کنندگان ارشد، زمینه لازم برای بازارپردازی فرهنگی و درهم‌آمیخته‌سازی زمینه‌های متنوع فرهنگی را به وجود آورد. از این طریق بستر لازم برای برآورده سازی نیازهای مخاطبان تخصصی فرهنگی فراهم آمد و همچنین تلاش شد، ظرفیت‌های فرهنگی و هنری سازمان‌ها یا نهادهای فرهنگی در جهت پشتیبانی و کمک به تحقق واقعی اقتصاد بازارپردازی فرهنگی و تجاری‌سازی کالاهای فرهنگی و هنری به کار گرفته شود.

در رویداد «هم‌آورد بازارپردازی تهران» که در روز دوشنبه ۱۰ بهمن برگزار گردید، ۱۰ کسب و کار فرهنگ‌بنیان فوق، طرح‌های خود به منظور توسعه زنجیره محصولات حول شخصیت‌های ایرانی-اسلامی را ارائه کردند. براساس این طرح‌ها که به صورت میانگین نیاز به جذب سرمایه ۱۵ تا ۲۰ میلیارد داشتند، در مجموع حدود ۲۰۰ میلیارد تومان،

فعالان فرهنگی به همراه تهیه‌کنندگان ارشد، در یک مشارکت مالکیت فکری، اقدام به توسعه و بسط محصولات فرهنگی در حوزه‌های مختلف همچون عروسک، انیمیشن، گیم، اسباب‌بازی، بازی رومیزی، نوشت‌افزار، کتاب تعاملی و دیگر اقلام مشابه با رویکردهای نوین می‌نمایند. بنابراین توسعه مالکیت فکری برای توسعه شقوق مختلف محصولات فرهنگی برای عناصر هویتی و شخصیت‌های فرهنگی، مهمترین تعامل مابین تهیه‌کنندگان ارشد و فعالان فرهنگی است.

از سوی دیگر، موتور کشنده اقتصاد بازارپردازی، مخاطبان تخصصی فرهنگی یا بهره‌برداران حقوق مالکیت‌های معنوی هستند که با انگیزه‌های متفاوت و متنوع اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، طرح‌ریزی جامعی از بازارپردازی فرهنگی و توسعه بازار محصولات و خدمات فرهنگی و هنری می‌نمایند.

بنابراین هم‌آورد بازارپردازی فرهنگی تهران، ریل‌گذاری نوینی است که مسیر مشخصی

نام کسب و کار	محصول اصلی و محصولات فرعی	شخصیت‌های اصلی
استودیو دانش‌بنیان انیمیشن‌سازی و شتاب‌دهنده رضوان	سریال پویانمایی «ابراهیم» ۱. بازی رومیزی ۲. نوشت‌افزار ۳. اتاق فرار ۴. فیلم سینمایی	
استودیو دانش‌بنیان خلق کاراکتر کمیکا	۱۷ عنوان مجله بی‌نما ایلیا ۱. پویانمایی ۲. نوشت‌افزار ۳. لباس ۴. بازی رومیزی ۵. کوله پشتی ۶. بازی رایانه‌ای	
هلدینگ دنیا شیرین نبات	پویانمایی بیجو ۱. کتاب کمیک ۲. بازی رومیزی ۳. عروسک ۴. لباس ۵. فلش مموری ۶. منج و باژل	
خانه خلاق و نوآوری سیک زندگی ایرانی اسلامی ایلسا	بازی رومیزی هفت‌خان ۱. پویانمایی ۲. کتاب بازی ۳. برنامه‌ک اتاق قصه‌گو ۴. کتاب تعاملی	
مؤسسه فرهنگی دانش‌بنیان مهاده رسانه پژوه	پلتفرم بازی تعاملی قصه‌های قرآنی ۱. پویانمایی ۲. بازی رومیزی ۳. عروسک ۴. نوشت‌افزار ۵. اسباب بازی بزرگ‌نور ۶. ماسک	
واحد کودک و نوجوان انتشارات پیک گل‌واژه (رامو)	بسته‌های آموزشی راه موفقیت (رامو) ۱. پویانمایی ۲. عروسک ۳. ماگ	
شرکت دانش‌بنیان داده‌گستر امن برنا	پلتفرم تعاملی راویتون ۱. دفتر ۲. بازی رومیزی ۳. عروسک	
انتشارات کتاب نیستان	سریال پویانمایی کرگران ۱. دفتر ۲. بازی رومیزی ۳. عروسک ۴. اتاق فرار ۵. سایه‌بازی ۶. چراغ خواب ۷. پرده ۸. بالش و روختنی	
مؤسسه فرهنگی تکم فیلم آریایی	بسته آموزشی سرزمین فلنگ‌ها ۱. پویانمایی ۲. دفتر ۳. بازی رومیزی ۴. لباس	
شرکت دانش‌بنیان نموکودکان ایران (نموبال)	کتاب مصور قصه‌های پلنگ سفید ۱. پویانمایی در دو نوع ۲. بازی رومیزی ۳. عروسک ۴. کتاب تعاملی	

در رویداد «هم‌آورد بازارپردازی تهران»، ۱۰ کسب‌وکار فرهنگ‌بنیان ظرفیت اشتغال‌آفرینی منظور توسعه زنجیره محصولات حول شخصیت‌های ایرانی-اسلامی را ارائه کردند. برای ۱۰۰۰۰ نفر در حوزه‌های مختلف تحقیقات، طراحی، تولید، توزیع و فروش زنجیره محصولات خود را خواهند داشت.

براساس این طرح‌ها که به صورت میانگین نیاز به جذب سرمایه ۱۵ تا ۲۰ میلیارد داشتند، در مجموع حدود ۲۰۰ میلیارد تومان، جذب سرمایه هدف‌گذاری شد. براساس برآوردها می‌توان پیش‌بینی نمود که در مجموع این ۱۰



اهمیت خلاقیت در کسب و کار، مهارتی پیش به سوی آینده

در حالی که استفاده از فناوری‌های دیجیتال در کسب و کارها ضروری شده است و برخی شرکتها و کسب و کارها به این سمت وسو حرکت کرده‌اند. به‌علاوه به دلیل شیوع ویروس کرونا، اقتصاد جهانی به شدت تحت تأثیر قرار گرفته است، به طوری که حدود دویست هزار موسسه در آمریکا برای همیشه تعطیل شدند و خیلی از افراد شغل‌های خود را از دست داده‌اند. بر اساس صندوق مالی بین‌المللی و صرفه نظر از سیاست‌های تعمیر داده شده، نرخ متوسط بیکاری از قبل از شروع همه‌گیری ویروس کرونا افزایش پیدا کرده است. حال این سؤال پیش می‌آید که چرا این شرایط می‌تواند آموزنده باشد و چرا باید از این شرایط درس گرفت؟

شایان توجه است که در این شرایط همه‌ی کسب و کارها ناچارند خود را با شرایط و تغییرات سازگار سازند و راه‌حلی جز داشتن مهارت کافی و بهره‌بری از خلاقیت وجود ندارد. لذا چقدر خلاقیت در یک کسب و کار اهمیت دارد؟

با داشتن ذهنی خلاق و استفاده از روش‌های نوین می‌توان در هر شرایطی از موانع و چالش‌ها عبور کرد

اهمیت خلاقیت در یک کسب‌وکار
تفکر خلاق یکی از اصلی‌ترین مهارت‌های ضروری امروزی است. لذا کارفرمایان، کارگران و کارمندان که در حل چالش‌های کاری خود از رویکردهای انحصاری نوین استفاده می‌کنند، همواره مورد تشویق و استقبال قرار گرفته و این امر باعث پیشی گرفتن از رقبای و افزایش تولید

همواره در نظر داشته باشید که فرآیند تفکر خلاق برای حل آنی مشکلات و چالش‌های کاری ساده و راحت نیست. با این حال، وقتی خلاقیت را با علاقه، تلاش و همکاری پیوند دهیم در دو راهی‌های کاری به ایده‌های منحصر به فرد و ارزشمندی خواهیم رسید.

پیشی گرفت از رقبا:

کسب و کارها با کمک گرفتن از رویکردهای خلاق، نسبت به رقبای خود پیشی می‌گیرند، به‌طور مثال با بارش فکری^۱ اقدام به گسترش محصولات جدید خود می‌کنند. حال اگر این شرکت نسبت به رقبای خود خدمات بهتری را ارائه دهد درصد سود بیشتری از فروش خود به دست خواهد آورد و این امر باعث افزایش مشتریان و بقای مشتریان قبلی خواهد شد.

افزایش تولید:

یکی دیگر از مزایای بهره‌بری از خلاقیت و نوآوری در کسب و کارها، افزایش و تقویت میزان تولید است. با ایده‌های جدید و نوآورانه، شرایط کاری جدید و بهتری به وجود می‌آید و لذا انگیزه‌ای برای تلاش بیشتر خواهد بود. همچنین این امر منجر به رضایت شغلی بیشتر خواهد شد و کارگران و کارمندان می‌توانند توانایی‌های

می‌گردد. لذا با وجود استفاده تمام و کمال از هوش مصنوعی و تکنولوژی روز، کسب و کارها به افراد خلاق نیاز دارند که همواره ایده‌های نو خلق کنند. در نتیجه و از همه مهم‌تر، تکنولوژی بدون این افراد وسیله‌ای بیش نیست و فاقد ارزش است.

حل آنی چالش‌ها:

داشتن تفکر خلاق در حل آنی مشکلات و چالش‌های کاری ضروری است و لذا کارگران و کارمندان در رویارویی با مشکلات و چالش‌های کاری سریعاً می‌توانند راه‌حلی مناسب پیدا کنند. همچنین آنان را قادر می‌سازد تا مسائل را از دیدی دیگری بنگرند. به این طریق آن‌ها از قوهی تخیل خود برای دستیابی به رویکردهای نوین استفاده می‌کنند.



[1] Brainstorming: یک فعالیت یا روش کسب و کار که در آن گروهی از افراد گرد هم می‌آیند تا ایده‌های جدید زیادی را برای توسعه احتمالی پیشنهاد دهند.

کسب و کار خود را از دیگران متمایز کنید. از اقدام در این راه نترسید. بهترین خلاقیت‌ها روزی فقط یک ایده ساده بوده‌اند. کسب و کار خلاق موفق بعدی، شاید ایده امروزی شما باشد.

می‌کند. مطالعه‌ی دیگری، همچنین نشان داده است که افراد در حین راه رفتن خلاق‌تر از زمانی هستند که بی‌حرکت هستند.



دانش خود را افزایش دهید:

هر ایده‌ای که در سر دارید سرچشمه‌ی مفهیمی است که آموخته‌اید. به همین دلیل است که هر چه دانش بیشتری داشته باشید، توان خلق ایده‌های منحصر به فرد بیشتری خواهید داشت. برای این منظور می‌توانید بیشتر مطالعه کنید، برنامه‌ها و فیلم‌های مستند تماشا کنید، اخبار را دنبال کنید، در دوره‌های جدید شرکت کنید، دایره علاقه‌مندی‌های خود را افزایش دهید و با افراد متنوع و گوناگون معاشرت کنید تا به این طریق دانش خود را افزایش دهید.

همه موارد را به‌خوبی تجزیه و تحلیل کنید:

در جلسه بارش فکری خود، شاید به ایده‌هایی برخورد کنید که در ابتدا به نظر مناسب نباشند، اما ناامید نشوید. مهم این است که درباره‌ی هر ایده‌ای بیشتر تحقیق کنید و تا رسیدن به مورد مناسب دست از کار نکشید. تحقیق و تفحص به شما این امکان را می‌دهد که به ایده‌های جدیدتری دسترسی پیدا کنید و آن‌هایی که بی‌ثمر هستند را حذف کنید.

آرام باشید:

به دلیل حضور همیشگی تکنولوژی، تمرکز کردن ساده نیست و همیشه مواردی برای برهم زدن تمرکز شما وجود دارد. لذا برای اینکه ذهن خود را آزاد نگه‌دارید، سعی کنید که آرام باشید و از هرگونه استرس دوری کنید. بر اساس نتایج یک تحقیق، افرادی که آرام هستند در آزمون‌های خلاقیت بهتر از افرادی که استرس دارند عمل می‌کنند. پس این امکان را از خود دریغ نکنید.

اگر می‌خواهید صاحب کسب و کاری موفق باشید، باید خطرپذیر باشید، از لاک خود خارج شوید و متفاوت فکر کنید. از خلاقیت و منحصربه‌فردی خود استفاده کرده تا خود و

خود را بیشتر محک زده و ایده‌های جدیدتری خلق کنند. بعلاوه داشتن رویکرد خلاق، باعث شناخت بهتر کارفرمایان شده و بهتر می‌توانند نقاط ضعف کسب و کار را شناسایی کرده و در صدد رفع آن‌ها برآیند.



اهمیت حفظ دائمی خلاقیت در یک کسب و کار:

بزرگ‌ترین چالش برای یک فرد خلاق، حفظ دائمی خلاقیت خود است لذا شاید گاهی با ایده‌های تکراری روبرو شوید و این‌طور به نظر برسد که ادامه فرآیندهای کاری در کسب و کارهایی که به ثبات خوبی رسیده‌اند راحت‌تر است و از خطرپذیری و آزمایش‌های جدید دوری کنید. پس به‌طور نتیجه مراقب باشید که هیچ‌گاه خلاقیت را به‌طور کلی فراموش نکنید و اجازه کمرنگ شدن هم ندهید؛ زیرا این امر می‌تواند کل کسب و کار شما را تحت‌الشعاع قرار دهد.

چگونه می‌توان ذهنیتی خلاق داشت؟

هرکسی می‌تواند ذهنیتی خلاق داشته باشد و مانند هر مهارت دیگری بایستی به‌طور مداوم از این مهارت استفاده کند. برای اینکه تفکر خلاق به یک عادت همیشگی تبدیل شود، از گام‌های زیر استفاده کنید:

قدم بزیند:

بر اساس مطالعاتی که در تئوری کاپلان^۲ صورت گرفته، محیط‌زیست و طبیعت باعث افزایش تفکر خلاق می‌شود. بر اساس این تئوری، فضای بیرون و طبیعت باعث تمرکز و توجه ویژه در زمان آنالیز و تجزیه و تحلیل ایده‌ها می‌گردد. لذا زمانی که در فضای باز به سر می‌برید، محیط‌زیست تمرکز و توجه غیرارادی شما را جذب می‌کند و توجه و تمرکز شما را قوی‌تر

اگر می‌خواهید صاحب کسب و کاری موفق باشید، باید خطرپذیر باشید، از لاک خود خارج شوید و متفاوت فکر کنید. از خلاقیت و منحصربه‌فردی خود استفاده کرده تا خود و کسب و کاری خود را از دیگران متمایز کنید. اقدام در این راه نترسید. بهترین خلاقیت‌ها روزی فقط یک ایده ساده بوده‌اند. کسب و کار خلاق موفق بعدی، شاید ایده امروزی شما باشد.

مولف و مترجم:

شهرزاد - اشرف سمنانی
کارشناس ارشد مطالعات ترجمه

Reference:

BAY Atlantic University – Washington DC
bau.edu/blog/importance-of-creativity-in-business

[۲] Kaplan Attention Restoration Theory (ART) : به طور خلاصه، تئوری بازسازی توجه یا ART پیشنهاد می‌کند که قرار گرفتن در معرض طبیعت نه تنها لذت بخش است، بلکه می‌تواند تمرکز و توانایی تفکر خلاق را افزایش دهد.



معرفی پارک ملی فناوری های نرم و صنایع فرهنگی جهاد دانشگاهی

گفتگو با آقای ابراهیم نبیونی، معاون فناوری پارک ملی علوم و فناوری های نرم و صنایع فرهنگی



پارک ملی علوم و فناوری های نرم و صنایع فرهنگی، وابسته به جهاد دانشگاهی در دانشگاه علم و فرهنگ شکل گرفته و با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و تحت نظارت وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مجموعه ای است که به عنوان اولین و تخصصی ترین پارک در اقتصاد فرهنگ، محیطی مناسب برای استقرار، رشد، توسعه و شکوفایی مؤسسات و شرکت ها را فراهم می آورد و شرکت های فناور مستقر در آن در تعامل سازنده با دانشگاه ها و سایر مؤسسات پژوهشی و فناوری به فعالیت های فناورانه در حوزه های مختلف فرهنگی و هنری می پردازند.

هدف اصلی این پارک، تسهیل در امر خلق ایده، تولید و توزیع محصولات و خدماتی است که ماهیت فرهنگی و خلاق در زمینه های گردشگری، موسیقی، صنایع دستی، صنایع دیداری و شنیداری، فناوری اطلاعات، هنرهای تجسمی، اسباب بازی و سرگرمی، دین و قرآن، طراحی محصول و گرافیک، نشر و چاپ، معماری، فناوری آموزش، هنرهای نمایشی، نقاشی، عکاسی، مد و پوشاک، رسانه، بازی های رومیزی، تبلیغات و بازاریابی و سایر حوزه های صنایع خلاق فرهنگی دارند.

معاون فناوری پارک ملی علوم و فناوری های نرم و صنایع فرهنگی جهاد دانشگاهی گفت: طی چهار سال از فعالیت این مجموعه توانسته ایم حدود ۱۷۰ شرکت، استارتاپ را جذب و حمایت کنیم و بستری برای فعالیت جوانان خلاق و نوآور این حوزه فراهم آوریم.

دکتر ابراهیم نبیونی، معاون فناوری پارک ملی علوم و فناوری های نرم و صنایع فرهنگی جهاد دانشگاهی با اشاره به اهداف و اهمیت ایجاد این پارک گفت: جهاد دانشگاهی با توجه به اینکه یک نهاد انقلابی است و در حوزه فرهنگ نیز به عنوان نماد فرهنگ شناخته می شود، اکنون در حوزه دانشجویی و جوانان فعالیت دارد. برحسب این موضوع جهاد دانشگاهی تصمیم گرفت پارکی در حوزه فناوری های نرم و صنایع فرهنگی به منظور حمایت از دانشجویان و فارغ التحصیلان جوانان در سطح جامعه ایجاد کند.

وی افزود: درخواست راه اندازی این پارک سال ۱۳۹۵ به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ارائه شد. در نهایت مجوز ایجاد و فعالیت این پارک به عنوان یک پارک تخصصی در حوزه فناوری های



نرم و صنایع فرهنگی از سوی این وزارتخانه در سال ۱۳۹۶ صادر شد.

فعالیت های حوزه فرهنگ گسترش پیدا می کند

وی به اهداف راه اندازی این پارک پرداخت و در این خصوص گفت: در حال حاضر حوزه فرهنگ به عنوان یک حوزه هزینه بر در کشور تلقی می شود. نگاه و رویکرد ما در

پارک ملی فناوری های نرم و صنایع فرهنگی جهاد دانشگاهی این است که فعالیت های این حوزه را گسترش دهیم و فرهنگ را به عنوان یک منبع درآمدزا در کشور مطرح کنیم و با تجاری سازی و بازارسازی محصولات این حوزه بتوانیم میزان فروش داخل و خارج مان را افزایش دهیم. نبیونی یادآور شد: همچنین با توجه به اینکه اکنون

نرم و صنایع فرهنگی جهاد دانشگاهی افزود: همچنین توجه به این حوزه باعث ایجاد اشتغال ارزان قیمت می شود. ما اکنون باید در بخشی از حوزه های صنعت میلیاردها تومان هزینه صرف کنیم تا یک شغل ایجاد شود در صورتی که با حمایت خیلی کوچک و چند میلیونی

می توانیم در مناطق محروم کشور، این حوزه های فرهنگی را فعال و اشتغال ارزان قیمتی ایجاد کنیم.

وی بیان کرد: به طبع با توجه به این حوزه می توانیم درآمدزایی نیز به همراه داشته باشیم به همین دلیل قصد داریم در سال ۱۴۰۲ طی تفاهم نامه ای که با معاونت صنایع دستی وزارت فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و معاونت فناوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به انجام رسانده ایم، مراکز کارآفرینی و نوآوری صنایع دستی در کشور ایجاد کنیم. همچنین با مساعدت و همکاری شرکت ملی فرش ایران بنا داریم مراکز کارآفرینی و نوآوری در حوزه فرش به عنوان یک نماد فرهنگی در سطح کشور ایجاد کنیم.

وی در پایان گفت: پارک ملی علوم و فناوری های نرم و صنایع فرهنگی جهاد دانشگاهی در سال ۱۴۰۱ پردیس تخصصی فناوری های نرم و صنایع فرهنگی در منطقه آزاد کیش و خراسان رضوی ایجاد کرده است. در ادامه قصد داریم با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان و با به کارگیری ظرفیت های جهاد دانشگاهی، مراکز کارآفرینی و نوآوری و پردیس های تخصصی مان را در جهت اهداف و برنامه های این پارک در سطح کشور، توسعه دهیم.

سایت:

www.iccip.ir



هم اکنون با توجه به اینکه میزان صادرات برخی از مواد اولیه و حتی کالاهای نهادی در کشور به دلیل اعمال تحریم ها متوقف یا کم شده است، یکی از حوزه هایی که می تواند هم اثر بخشی در سطح بین المللی داشته باشد و هم فرهنگ و آداب و رسوم کشور را در حوزه بین الملل نشان دهد، حوزه صنایع فرهنگی است. خوشبختانه اکنون در این حوزه صادرات زیادی در حال وقوع است.

قوانین و مقررات صادرات و واردات شفاف نیست

نبیونی به موانع و مشکلات این حوزه پرداخت و گفت: اکنون موانع و مشکلات زیادی در این حوزه وجود دارد. نخست، بخش اعظمی از جامعه هنوز به فرهنگ، به عنوان یک منبع درآمدزا توجهی نمی کنند. دوم، قوانین و مقررات صادرات و واردات حوزه فناوری های نرم و صنایع فرهنگی شفاف نیست. سوم، حمایت از هنرمندان و فعالان این حوزه ها نیز در کشور به شدت مغفول مانده است و شفافیت خاصی وجود ندارد.

وی خاطرنشان کرد: اکنون از زیست بوم شرکت های خلاق و دولت انتظار داریم توجه خودشان را فقط به شخصیت های حقوقی معطوف نکنند زیرا اکنون بسیاری از هنرمندان این حوزه، شخصیت حقیقی دارند. این شخصیت ها هرچند اثرات خوبی از فروش و صادرات محصولات شان داشته اند اما هنوز نمی توانند از حمایت های شرکت های دانش بنیان و خلاق استفاده کنند و همچنین از حمایت های پارک بهره مند شوند بنابراین هرچقدر به شخصیت های حقیقی این حوزه توجه کنیم، باعث افزایش درآمد خواهیم شد.

معاون فناوری پارک ملی علوم و فناوری های

نگاه دنیا به حوزه فناوری های نرم، نگاهی کاملاً اثرگذار در جامعه است و حوزه صنایع خلاق و فناوری های نرم مکمل یکدیگر هستند، ما در پارک به دنبال این مسئله هستیم تا بتوانیم از این ظرفیت ها در جهت ارتقای سطح جامعه گام برداریم.

معاون فناوری پارک ملی علوم و فناوری های نرم و صنایع فرهنگی جهاد دانشگاهی افزود: هم اکنون ایده پردازان و خلاقان حوزه فرهنگ در دنیا از حوزه هایی مانند "بازی و سرگرمی"، "انیمیشن"، "سینما"، "مد و لباس" و "اپلیکیشن های مختلف این حوزه" درآمدهای کلانی به دست می آورند. همگی این حوزه ها در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی و فناوری های نرم گنجانده می شود.

نگاه ویژه نهادهای دولتی و خصوصی به حوزه فناوری های نرم و صنایع فرهنگی

وی به خدمات و دستاوردهای این پارک طی چند سال اخیر اشاره کرد و در این خصوص اظهار داشت: طی چهار سال اخیر خدمات زیادی ارائه داده ایم و موفقیت های چشمگیری نیز در این حوزه کسب کرده ایم. به عنوان مثال این پارک به عنوان یک پارک ملی در سطح کشور مطرح شده است و اکنون سازمان ها، نهادهای دولتی و ارگان های بخش خصوصی، نگاه ویژه ای به این حوزه دارند. در حالی که پیش از این چنین دیدگاه و برداشتی اصلاً در کشور درباره این حوزه وجود نداشت: این یک موفقیت و دستاورد بزرگ برای پارک ملی فناوری های نرم و صنایع فرهنگی محسوب می شود.

وی یادآور شد: تغییر چنین دیدگاهی باعث شده اکنون در وزارتخانه هایی مانند وزارت صمت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و حتی معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان اداره کلی با عنوان صنایع خلاق و فرهنگی راه اندازی و ایجاد شود؛ این مسئله حاکی از توجه دولت به این حوزه و معطوف کردن درآمدها با ساده ترین شکل ممکن در این حوزه است.

معاون فناوری پارک ملی فناوری های نرم و صنایع فرهنگی جهاد دانشگاهی ادامه داد:



تریبون دوم این شماره اختصاص دارد به معرفی معرفی موسسه فرهنگی هنری همای هنر احسان با "تولید محتوای گرافیکی تبلیغاتی" و گفتگو با آقای مهدی امامی



هرکاری نقطه‌ی عطفی دارد و شاید شروع من به‌صورت جدی از جایی شروع شد که محسور وابستگی وصف ناپذیر حوزه گرافیک با خلاقیت و نوآوری برای آفرینش یک اثر بدیع شدم. این وابستگی زیاد به خلاقیت و علاقه‌ی شدید خودم و حس زیبایی که در آفرینش‌یه اثر جدید با بهره‌گیری از زیستم داشتم و باعث شد لحظه لحظه‌های زندگی رو با دقت بیشتری سیر کنم و حتی باعث شد از روزمره‌ی زندگی هم لذت ببرم و هر لحظه در حال کشف و شهود باشم و به لطف خدا پس از نزدیک به ۱۲ سال فعالیت در این حوزه و ورود به قلمروهای دیگر همچون طراحی وبسایت، عکاسی و تیزر تبلیغاتی و ... که روح خلاقیت و نوآوری را در ذات خود داشتند.



در سال ۱۳۹۹ اقدام به ایجاد استودیو هنری فندق به همراهی گروهی از همکاران و دوستان قدیمی نمودیم و در کنار خلاقیت برای فراهم شدن بستر تعاملی بیشتر و در راستای توسعه‌ی روزافزونی که مجموعه‌ی ما در پیش گرفته بود در سال ۱۴۰۰ موسسه فرهنگی هنری و کانون تبلیغاتی همای هنر احسان را به پشتوانه‌ی بیش از یک دهه تجربه در زمینه تبلیغات، بازاریابی و طراحی فعالیت خود را آغاز نمود.

هدف شما از ایجاد این کسب و کار چه بوده

است؟

موسسه فرهنگی هنری همای هنر در راستای طراحی گرافیک، طراحی سایت و استودیو عکاسی و فیلم‌برداری هدف‌های زیر را دنبال می‌کند:

۱. ارائه خدمات گرافیکی مطلوب با قیمت مناسب
۲. جواب دهی به مشتریان در کوتاهترین زمان ممکن
۳. ارائه خدمات گرافیکی با بالاترین کیفیت
۴. ارائه خدمات گرافیکی، وبسایت و عکاسی با قیمت مناسب

چه پتانسیل‌ها و فرصت‌هایی حوزه تبلیغات و گرافیک دیدید که سراغ این کار اومدید؟

پیشرفت و پیچیدگی‌های زندگی و تلاش انسان برای برآورده کردن نیازهای خود به راحت‌ترین شکل باعث ایجاد و ابداع مشاغل و تجهیزات مختلفی شده است و از سوی دیگر عدم انحصار در ارائه‌ی بسیاری از خدمات باعث شد که شرکت‌ها و افراد برای دستیابی به مشتری‌های بیشتر در کنار افزایش کیفیت خدمات و محصول خود به تبلیغات به‌عنوان ابزاری برای

معرفی خود روی بیاورند و ما دقیقاً اینجا هستیم تا پلی بسازیم برای معرفی این محصول و خدمات به بهترین شکل ممکن. خدماتی که تمامی ندارد، شرکت‌ها و تجارت‌هایی که پیوسته در حال ظهور هستند و نیازمند شناخته شدن و ما هستیم تا برای ایجاد شرایط عادلانه و ایجاد حق انتخاب بیشتر برای مشتری و از دیگر سو یاری‌رساندن به شرکت و تجارت‌ها نو پا و یا حتی قدیمی در راستای حفظ ارتباط پیوسته با مشتریان خود.



خدمت شما چه تمایز یا نوآوری‌هایی با سایر نمونه‌های مشابه دارد؟

در این حوزه پیشرفت و موفقیت تا حدود زیادی به ایده‌ی و شکل معرفی وابسته است. ایده‌ای که شاید در اجرا به مدد بهره‌گیری از ساختارهای پیشرفته جذابیتی پیدا کند اما جذابیت و گیرایی اصلی خود را مدیون و وام‌دار ایده و در حقیقت خلاقیت و نوآوری است که در دل آن وجود دارد و اینجا جهان بی‌حد و مرزی است که محدودیتی ندارد و ما با توجه و تمرکز بر این مقدمه تلاش کردیم با نوآوری‌هایی هرچند ساده اما با ساختی پایانی مسحورکننده جای خود را در میان رقیبان باز کرده و ایجاد فضای رقابتی شرایط بهتر و کیفیت بالاتری را برای مشتریان خود فراهم کنیم.



مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟

چه بازخوردهایی تاکنون از آنان داشته‌اید؟
مخاطبان ما افرادی هستند که خدمات یا محصولی را ارائه می‌دهند و برای شناخته شدن نیازمند معرفی محصول یا خدمات خود هستند.

با توجه به سابقه‌ی نزدیک به دو دهه‌ای که داشتیم و حضور افراد و شرکت‌هایی که در اولین قدم‌های ما با ما همراه شدن و هنوز در کنارمان هستند و افزایش درخواست‌های همکاری که خود محرکی بود برای بزرگ‌تر شدن فضای کاری ما از یک کار گروهی به یک استودیو و سپس موسسه فرهنگی هنری خود گویای حجم استقبال و اعتمادی است که در میان مشتریان ما وجود دارد.

چه تعداد نیروهایی در مجموعه شما و با چه تخصص‌هایی مشغول کار هستند؟

۵. طراحی بسته بندی و لیبل
۶. طراحی هویت بصری ۷. طراحی گرافیک اپلیکیشن

در زمینه عکاسی

۱. عکاسی تبلیغاتی ۲. عکاسی مد و پرتله
۳. عکاسی صنعتی ۴. عکاسی مواد غذایی
۵. عکاسی کنفرانس و سمینار ۶. عکاسی هنری و آزاد ۷. فرم سفارش پروژه عکاسی

استودیو فیلم برداری

۱. ساخت تیزر تبلیغاتی ۲. طراحی لوگو موشن
۳. ساخت تیزر سینمایی ۴. ساخت موشن گرافیک ۵. ساخت استاپ موشن ۶. طراحی موشن دو بعدی

افرادی که با ما کار می‌کنند برحسب نوع کار در سه گروه دورکاری و حضوری و پروژه‌ای دسته بندی می‌شوند.

حضور:

۲ نفر نیروی گرافیک، ۱ نفر طراح سایت، ۱ نفر تدوینگر و عکاس، ۱ نفر موشن گرافیک، ۱ کارگردان هنری و مسئول اجرایی، ۱ نفر مسئول دفتر و ۱ نفر حسابدار

دورکاری:

۴ نفر تولید محتوا، ۲ نفر سئو کار، ۳ نفر گرافیک، ۴ نفر تیم تولیدات آموزشی

پروژه‌ای:

۶ نفر فیلم بردار، ۳ نفر صدا بردار، ۳ نفر گرافیک، ۱ نفر طراح سایت، ۲ نفر جلوه‌های ویژه بصری و تیم نویسندگان و ایده پردازان (۴ نفر)

برای آینده چه برنامه‌ای دارید؟

با توجه به روندی که طی نموده ایم و قطعاً در راستای همین روند رو به رشد در کنار بالا بردن و به روز کردن کیفیت خدمات خود در تلاش برای افزایش حوزه‌ی فعالیت و ورود به حوزه‌های جدیدتر همچون ساخت فیلم سینمایی در آینده‌ای نزدیک خواهیم بود.

تعدادی از خدمات را معرفی کنید.

همان‌طور که از نام موسسه فرهنگی هنری همای هنر مشخص است این شرکت در زمینه‌های فرهنگی هنری به صورت حرفه‌ای فعالیت می‌کند که در زیر به تعدادی از آن‌ها اشاره خواهیم کرد.

در حوزه گرافیک

۱. طراحی لوگو (تایپوگرافی) ۲. طراحی بیلبرد تبلیغاتی ۳. طراحی پوستر تبلیغاتی ۴. طراحی



در این حوزه پیشرفت و موفقیت تا حدود زیادی به ایده‌ی و شکل معرفی وابسته است. ایده‌ای که شاید در اجرا به مدد بهره‌گیری از ساختارهای پیشرفته جذابیتی پیدا کند اما جذابیت و گیرایی اصلی خود را مدیون و وام‌دار ایده و در حقیقت خلاقیت و نوآوری جهان بی‌حد و مرزی است که محدودیتی ندارد.



طراحی وبسایت

۱. طراحی وب سایت شرکتی
۲. طراحی وب سایت فروشگاهی
۳. طراحی وب سایت شخصی
۴. طراحی وب سایت اختصاصی
۵. طراحی وب سایت تک صفحه
۶. سئو و بهینه سازی سایت

ایده راه اندازی وبسایت همای هنر از کجا

شکل گرفت؟

همیشه دغدغه اینو داشتیم که در بازار دیجیتال صنعت تبلیغات و گرافیک را توسعه دهیم. پس از بررسی های لازم و طی سال های مختلف به این نتیجه رسیدیم که همای هنر را تأسیس کنیم. ایده پیاده سازی وبسایت همای هنر زمانی شکل گرفت که برای یکی از پروژه های طراحی وبسایت نیاز به طراحی گرافیک داشتیم اما عدم همکاری گرافیست های مختلف در این پیاده سازی وبسایت باعث شد که ایده ایجاد گروهی برای ارائه خدمات گرافیکی به صورت ۳۶۰ درجه ای راه اندازی شد. امیدواریم موسسه همای هنر خدمات مناسبی را ارائه دهد.

چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب و کار شما

بوده و یا هست؟

مانند تمام کسب و کارهای دیگر در این راه نیز مشکلاتی وجود دارد که با صبر، تلاش و کار گروهی این مشکلات به مرور زمان از بین می روند. همچنین برای مقابله با مشکلات در این کسب و کار به هیچ عنوان نباید نا امید شد.

پیشنهاد شما برای کسانی که قصد ورود به

این حوزه کسب و کار را دارند چیست؟

احتمالاً تمام کسانی که وارد حوزه کاری تبلیغات می شوند به این رشته علاقه دارند چرا که کار ما بدون علاقه به جلو حرکت نمی کند. پیشنهاد من به علاقه مندان این کسب و کار دشوار ولی در عین حال زیبا آینده نگری و تلاش کوشش برای رسیدن به هدفی بزرگ است.

انتظارات شما در خصوص حمایت های

دولتی مانند برنامه توسعه زیست بوم شرکت

های خلاق چیست؟

در یک کلمه می توان گفت صد در صد که نه اما هفتاد در صد کمکی که یک شرکت نو پا در هر حوزه ای به آن احتیاج دارد (تبلیغات) است.



ایده پیاده سازی وبسایت همای هنر زمانی شکل گرفت که برای یکی از پروژه های طراحی وبسایت نیاز به طراحی گرافیک داشتیم اما عدم همکاری گرافیست های مختلف در این پیاده سازی وبسایت باعث شد که ایده ایجاد گروهی برای ارائه خدمات گرافیکی به صورت ۳۶۰ درجه ای راه اندازی شد.

موسسه فرهنگی هنری همای هنر در نظر دارد که به عنوان کارگزار مجموعه تبلیغاتی در توسعه زیست بوم واحد های خلاق فعالیت کند زیرا در این زمینه هم دانش کافی دارد هم طراحان بسیار مجرب و خلاق که همین باعث ارائه خدمات برای مشتریان به صورت کاملاً حرفه ای می شود.

سایت:

www.homayehonar.com

اینستاگرام:

homayehonarcom



پی نما

فصلنامه تخصصی پی نمایی



دانلود فصلنامه پی نما





آنچه بنیانگذاران استارت‌آپ‌ها باید بدانند



نویسنده: ایرک ریس
 مترجم: میثم محمدیان و پیام آزادی
 ناشر: زرنوشت

کتاب پیش رو با توجه به رویکرد معرفی کتاب‌های عملیاتی و کاربردی در ادامه موضوع کتاب فراز و فرودهای راه اندازی کسب و کار به عنوان راهنمایی عملیاتی، تجربی و با نگرشی متفاوت اما واقع بینانه از مشکلات پیش روی شرکت‌های تازه

تاسیس که تلاش دارند ایده‌های بکر خود را به طور اثربخشی به مرحله پیاده‌سازی و سودآوری برسانند انتخاب و به رشته تحریر درآمده است. شرکت‌های نوپا برای رشد سریع خود علاوه بر نیاز به جذب سرمایه، نیازمند راهبری و مدیریت اثربخش برای اجرای برنامه‌های طرحریزی شده و اتخاذ تصمیمات کلیدی در طی فرآیند توسعه کسب و کار اند.

این کتاب یک راهنمای معتبر برای بنیانگذاران کسب و کار و استارت‌آپ است که نشان می‌دهد چه چیزهایی در مسیر راه اندازی و توسعه کسب و کار و استارت‌آپ کارساز و چه چیزهایی قابل پیش بینی است. این کتاب پاسخ به بخش عمده‌ای از پرسش‌های احتمالی هر بنیان‌گذار در سفر استارت‌آپی را پوشش می‌دهد، از جمله نشان دادن اصول بقا، نجات و موفقیت استارت‌آپ و کسب و کار، ایجاد تیم‌های موفق و اثربخش، ایجاد کسب و کاری با تکامل متناوب، راه اندازی یک فرهنگ منظم استارت‌آپی و کسب و کار، اصول و شرایط جذب سرمایه.

تمام فصل‌های کتاب مملو است از مثال‌های واقعی و پرسش و پاسخ‌هایی با بنیانگذاران، سرمایه‌گذاران، بازاریابان و رهبرانی که توانسته‌اند استارت‌آپ‌های خود را رشد نمایی داده و از آن خارج شوند. نگارش این کتاب به گونه‌ای است که علاوه بر اینکه می‌توان آن به صورت متداول از ابتدا تا انتها خواند، اما شما می‌توانید هر صفحه‌ای را باز کنید و یک درس سریع را یاد بگیرید.

آنچه بنیانگذاران استارت‌آپ‌ها باید بدانند با نگرشی جدید که آمیخته‌ای از تجربیات متعدد در حوزه کسب و کارهای نوپا بوده، اقدام به مطرح نمودن فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی یک استارت‌آپ می‌کند و به عبارت ساده‌تر نکاتی را به بنیانگذاران استارت‌آپ یا کسب و کار یادآور می‌شود تا در راه اندازی و توسعه محصول و کسب و کاری رقابت پذیر، سودآور با قابلیت رشد بالا و پایدار موفق باشند یا چالش‌های اصلی دستیابی به این اهداف را پیشاپیش شناسایی و تحلیل کنند و سپس با آمادگی به این عرصه گام بگذارند.

با توجه به بیان روان، تجربه محور و سراسر موضوعات و مطالب این کتاب، مطالعه این کتاب را به همه کسانی که در عرصه استارت‌آپی فعالیت می‌کنند و کسانی که به دنبال راه اندازی یک کسب و کار و تحقق ایده کسب و کاری خود و راه اندازی استارت‌آپ هستند پیشنهاد می‌گردد. همچنین دانش آموزان و دانشجویان علاقمند به این حوزه نیز می‌توانند از آن بهره خوبی ببرند.

خرید کتاب از وب سایت:

www.zarnevsh.com

اقتصاد اشتراکی



نویسنده: دن آریلی
 مترجم: رامین رامبد
 ناشر: انتشارات مازیار

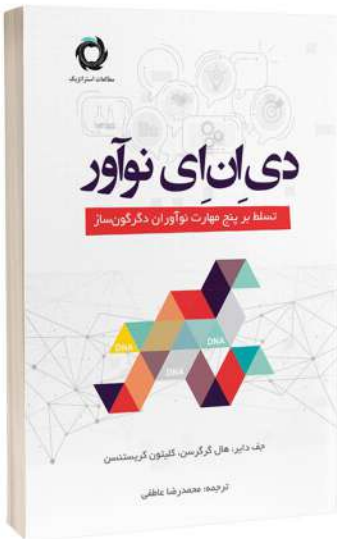
یکی از پیش‌فرض‌های اولیه در اقتصاد این است که مجموعه‌ی افراد فعال در یک اقتصاد دو ویژگی مشخص دارند: ۱. به دنبال حداکثر کردن سود هستند و ۲. منطقی عمل می‌کنند. اما آیا واقعاً ما در تصمیم‌گیری‌هایمان - نه فقط درباره‌ی تصمیم‌های اقتصادی - این قدر منطقی عمل می‌کنیم؟ در کتاب نابخردی‌های پیش‌بینی‌پذیر دن آریلی نویسنده با مستندات و آزمایش‌های مختلف به ما نشان می‌دهد که چقدر رفتارها و تصمیم‌هایمان به دور از منطق هستند.

چرا کتاب نابخردی‌های پیش‌بینی‌پذیر را پیشنهاد می‌کنیم؟ ما معمولاً فکر می‌کنیم تصمیم‌هایی که می‌گیریم بر اساس استدلال منطقی و با بررسی سود و زیان و عواقب آن انجام می‌شود. با دانستن اینکه بیشتر تصمیم‌هایمان چندان هم بخردانه نیست، دید بهتری از خودمان پیدا می‌کنیم. دن آریلی در کتاب نابخردی‌های پیش‌بینی‌پذیر به ما برخی از پرتکرارترین اشتباهات رفتاری را نشان می‌دهد. به ما می‌گوید که چرا تصمیم‌هایی که می‌گیریم بخردانه نیست و با دانستن این اشکالات شاید بتوانیم به مرور نابخردی‌هایمان را کم کنیم. آریلی در این کتاب سفری دارد به تمامی رفتارهای نامعقولی که انسان‌ها در شرایط گوناگون از خود بروز می‌دهند. اقتصاد رفتاری حوزه‌ای به نسبت جدید است و به هر دو جنبه‌ی روانشناسی و اقتصاد می‌پردازد. پس از توضیح دادن اقتصاد رفتاری در هر فصل بر پایه آزمایش‌هایی که سال‌ها انجام داده به تشریح رفتارهای نابخردانه انسان در عرصه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پرداخته است.

خرید کتاب:
 دانلود پادکست:

www.mazyarpub.ir
bpluspodcast.com

DNA نوآور



نویسنده: جف دایر، هال گرگرسن، کلایتون کریستنس
 مترجم: محمدرضا عاطفی
 ناشر: انتشارات مطالعات استراتژیک

«چگونه افرادی نوآور برای سازمان خود پیدا کنیم؟ و چگونه می‌توانم خودم نوآورتر باشم؟» اینها مهم‌ترین سوالات برای مدیران ارشدی است که به این موضوع واقف هستند که توانایی نوآوری، راز مخفی موفقیت یک کسب‌وکار است. شاید به همین دلیل است که بیشتر ما از فعالیت‌های کارآفرینان آینده‌نگر و نوآوری مثل استیو جابز، جف بزوس، و پیر امیدیار، استقبال می‌کنیم. این افراد چگونه به ایده‌های جدید می‌رسند؟ در این کتاب، دایر از دانشگاه بریگام؛ گرگرسن از اینستد؛ و کریستینسن از دانشکده بازرگانی هاروارد، نشان می‌دهند که کارآفرینان نوآور با مدیران معمولی چه تفاوت‌هایی دارند. مطالعه آن‌ها نشان می‌دهد که پنج «مهارت اکتشافی»، خلاق‌ترین مدیران را از مدیران معمولی متمایز می‌کند. این پنج مهارت عبارتند از پرسش‌گری، مشاهده، شبکه‌سازی، آزمایش، و تجمیع. کتاب DNA نوآوران به شرح و بسط این پنج مهارت نوآوران و چگونگی رسیدن به آن‌ها در افراد و سازمان‌ها می‌پردازد.

در جستجوی پاسخ به این سوال‌ها، یک مطالعه شش‌ساله برای کشف ریشه‌های استراتژی‌های کسب‌وکار خلاقانه و اغلب دگرگون‌ساز در شرکت‌های نوآور انجام شده است. هدف این بوده که کارآفرینان نوآور زیر ذره بین قرار گیرد و بررسی شود که آن‌ها چرا و چگونه ایده‌هایی را که کسب‌وکارشان بر اساس آن ساخته شده است، ارائه کرده‌اند. تفاوت آن‌ها با سایر مدیران و کارآفرینان در چیست: کسی که حق رای دادن مک‌دونالد را خریداری می‌کند ممکن است کارآفرین باشد، اما ساختن آمازون به طور کلی به مهارت‌های متفاوتی نیاز دارد. عادات ۲۵ کارآفرین نوآور مورد مطالعه قرار گرفته است و بیش از ۳۰۰۰ مدیر اجرایی و ۵۰۰ نفر که شرکت‌های نوآور تاسیس کرده بودند یا محصولات جدید را اختراع کرده بودند مورد بررسی قرار گرفته است. در اکثر شرکت‌ها، مدیران ارشد شخصاً مسئول ایجاد نوآوری‌های استراتژیک نیستند. بلکه آن‌ها نسبت به تسهیل فرایند نوآوری احساس مسئولیت می‌کنند.

تحقیقات انجام شده منجر به شناسایی پنج «مهارت اکتشافی» که خلاق‌ترین مدیران را متمایز می‌کند، شده است: تجمیع، پرسش‌گری، مشاهده، آزمایش و شبکه‌سازی. مطالعات نشان داده است که کارآفرینان نوآور (که مدیرعامل نیز هستند) ۵۰ درصد بیشتر از مدیران عامل بدون سابقه نوآوری، در فعالیت‌های اکتشافی زمان صرف می‌کنند. در کنار هم، این مهارت‌ها چیزی را تشکیل می‌دهند که DNA نوآور نامیده می‌شود. و خبر خوب این است که اگر با آن متولد نشده‌اید، می‌توانید آن را پرورش دهید.

خرید کتاب از وب سایت: www.strategicstudies.ir

مدیریت توجه

ما در اقیانوسی زندگی می‌کنیم که پر است از حواس‌پرتی؛ برنامه‌هایی که به هم می‌خورند، دوستانی که فراموش می‌شوند و کارهایی که هرگز انجام نمی‌شوند. چرا زندگی ما در حواس‌پرتی و نداشتن تمرکز هدر می‌رود؟

دنیا پر از چیزهایی است که حواس ما را پرت می‌کند. حتی زمانی که در دفتر کارمان نیستیم، رئیس‌مان مدام دستور صادر می‌کند، تکنولوژی مدام در زندگی شخصی‌مان دخالت می‌کند، حواسمان از این شاخه به آن شاخه می‌پرد و از هدف اصلی‌مان دور می‌شود. پس چطور قرار است در پایان، دست پر باشیم؟ راه موفقیت، چه در زندگی حرفه‌ای و چه در زندگی شخصی این است که بتوانیم خودمان را وقف هدفمان کنیم. اگر مدام حواسمان پرت شود، چطور می‌خواهیم کتابی بنویسیم که در آینده در فهرست پرفروش‌ها قرار بگیرد، یا چطور ایده‌شغلی درخشانمان را محقق کنیم یا از زمانی که قرار است با عزیزانمان بگذرانیم، لذت ببریم.

این کتاب راهنمایی است برای تصمیم‌گیری و عملی کردن تصمیم‌ها و به نتیجه رساندن هدف‌ها، چرا که نیرو و امیدی به خواننده می‌بخشد تا برای وقت باقیمانده‌اش نقشه بکشد، جاه‌طلبی‌هایش را کشف کند و همان طوری زندگی کند که دوست دارد.

با خواندن این کتاب یاد می‌گیریم چطور در انسان‌هایی «حواس‌جمع» باشیم، چرا که مهم‌ترین مهارت قرن بیست‌ویکم این است که بیاموزیم به همه عوامل فریبنده و وسوسه‌انگیز بیرونی و درونی بی‌اعتنا باشیم و حواسمان را بر همان چیزی متمرکز کنیم که واقعاً مهم است. در اقتصاد توجه شما برنده باشید.

خرید کتاب از وب سایت: www.taryanaghalam.com

نویسنده: نیر ایال با همکاری جولی لی
 مترجم: سمیه قوامی نژاد
 ناشر: آریانا قلم



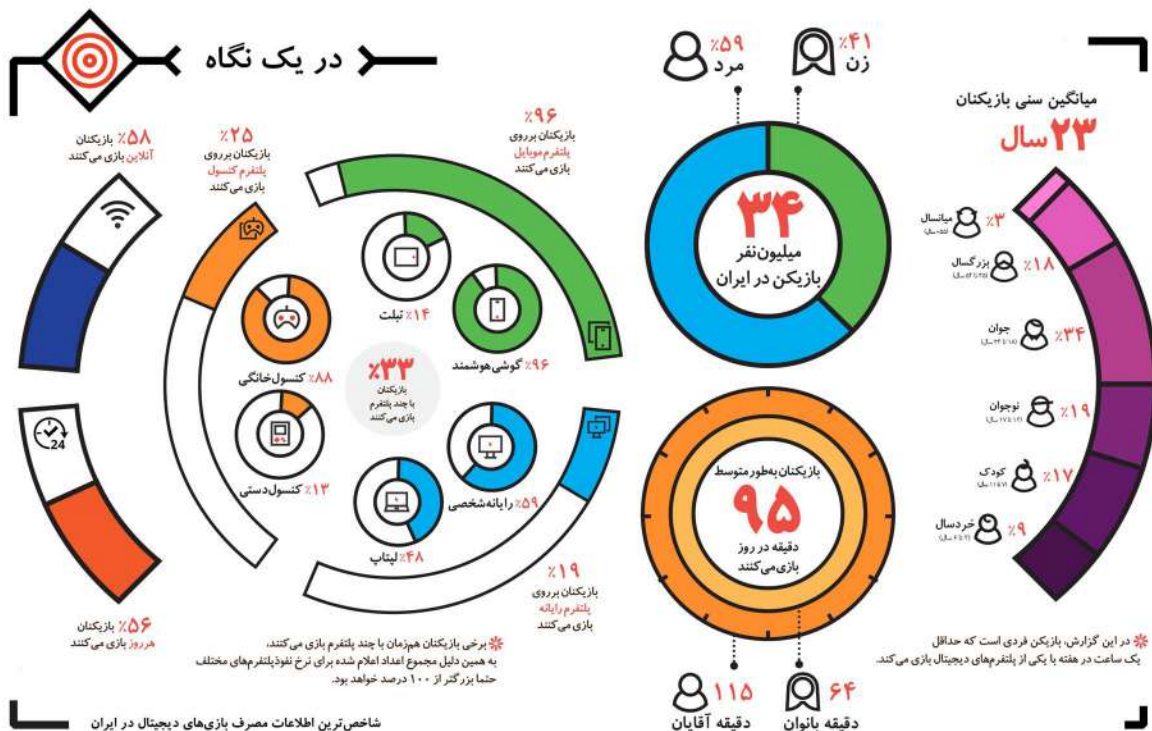


مروری بر شاخص‌ترین اطلاعات مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران بخش اول

گزارش پیش رو حاصل تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از پیمایشی است که خروجی آن اطلاعات ۸,۶۹۰ خانوار معادل ۳۰,۰۸۷ نفر را برای فراهم آوردن مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) مدیریت طراحی سؤالات، تعیین اندازه نمونه‌ها، روش‌شناسی پیمایش و نظارت بر روند انجام آن را عهده دار بوده و مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) با نظر بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به عنوان کارگزار انجام این پیمایش انتخاب روش نمونه‌گیری این پیمایش «خوشه‌های-طبقه‌ای» تعیین شد تا با توجه به آمارهای توزیع جمعیت در کشور، تمامی روستاها، مراکز و شهرهای غیرمتمرکز کشور به درستی محاسبه شوند. تمامی شماره‌های تماس به صورت تصادفی تولید شده و هرچند این پیمایش در تابستان و پاییز ۱۴۰۱ صورت پذیرفت آمار مصرفی پاسخ دهندگان در سال ۱۴۰۰ جمع آوری شده است.

در این پیمایش پس از مقایسه نسبت نمونه‌ها در ۹۳ زیرجامعه موجود (مراکز، شهرهای غیر مرکزی و روستاهای ۳۱ استان کشور) با نسبت جمع زیر جامعه‌ها، وزنی تعدیلی به دست آمده که با تاثیر دادن این وزن در نسبت بازیکنان هر زیر جامعه و همچنین نسبت عدم پاسخ‌گویی در هر زیر جامعه، تعداد تخمینی بازیکنان محاسبه شد. بدین منظور تیم دایرک از راهنمایی‌های مشاوران و کارشناسان مرکز طرح‌های ملی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات بر روش‌شناسی و شیوه انجام پیمایش بهره گرفته و روش محاسبات این گزارش به تایید جناب استاد علی اصغر حائری مهریزی، عضو هیئت‌علمی جهاد دانشگاهی و مشاور ارشد آمار پژوهشگاه و دکتر صابر جعفری و دکتر مجتبی عبدی رسیده است.

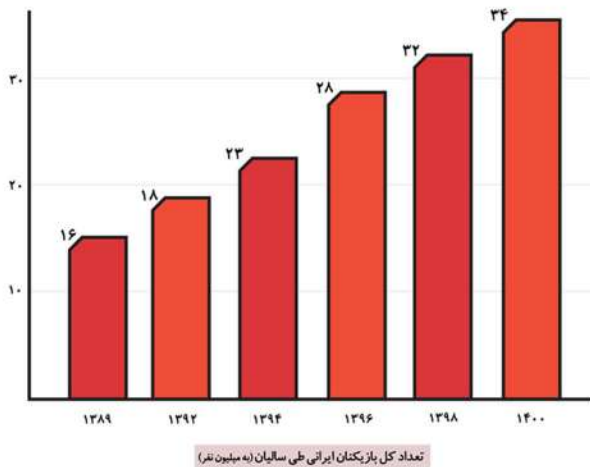
در سراسر این گزارش منظور از بازیکن، فردی است که بیش از یک ساعت از وقت خود را در هفته صرف بازی با هریک از پلتفرم‌های موبایل، رایانه و کنسول می‌کند. تمامی اعداد غیر درصدی در این گزارش با ذکر انحراف معیار (اطمینان ۹۵-۹۹ درصد) اعلام شده و برای خوانایی بهتر تا حد امکان گرد شده‌اند.



بر اساس یافته های حاصل از آخرین پیمایش بنیاد ملی بازی های رایانه ای تخمین زده می شود که بالغ بر 2 ± 34 میلیون نفر بازیکن در سال ۱۴۰۰ بر روی مجموع پلتفرم ها بازی می کرده اند. همچنین از لحاظ تفکیک جنسیتی نیز ۵۹ درصد بازیکنان مرد و ۴۱ درصد زن هستند. در مجموع می توان گفت از هر ۱۰۰ ایرانی ۴۱ نفر بازیکن هستند (۳۵ نفر از هر ۱۰۰ زن و ۴۶ نفر از هر ۱۰۰ مرد) از سال ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۰، تعداد کل بازیکنان ایرانی با نرخ رشد ترکیبی سالیانه برابر با **۷ درصد** داشته است. این رشد در سال های اول دهه ۱۳۹۰ بیشتر بوده است که دلیل اصلی آن در این سال ها رشد بازی های موبایلی و افزایش ضریب نفوذ اینترنت و دسترسی گسترده تر به موبایل و اینترنت بوده است.

گزارش نمای باز

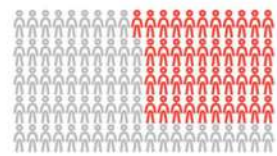
چه کسانی بازی می کنند؟



تعداد کل بازیکنان ایرانی طی سالیان (به میلیون نفر)



از هر ۱۰۰ ایرانی ۴۱ نفر بازیکن هستند



در سال ۱۴۰۰ از هر ۱۰۰ مرد ایرانی ۴۶ نفر بازیکن هستند

در سال ۱۳۹۸ از هر ۱۰۰ مرد ایرانی ۴۷ نفر بازیکن بودند

در سال ۱۴۰۰ از هر ۱۰۰ زن ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند

در سال ۱۳۹۸ از هر ۱۰۰ زن ایرانی ۲۹ نفر بازیکن بودند

شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران

علاوه بر آن چه گفته شد، بررسی میانگین سنی بازیکنان نشان می دهد که در سه سال اخیر و پس از شیوع بیماری کرونا، شیوه های کاری و تغییرات رفتاری پاندمی منجر به حضور بازیکنان جدید، افزایش مشارکت بازیکنان پیشین و رشد تعداد بازیکنان شده است که همین موضوع سبب افزایش میانگین سن بازیکنان در دو پیمایش اخیر شده است.

چه کسانی بازی می کنند؟

۲۳ سال
متوسط سن بازیکنان ایرانی



در هر خانواده ایرانی دارای بازیکن به طور متوسط ۱/۹۹ نفر بازی دیجیتال انجام می دهند



میانگین سنی بازیکنان ایرانی طی سالیان

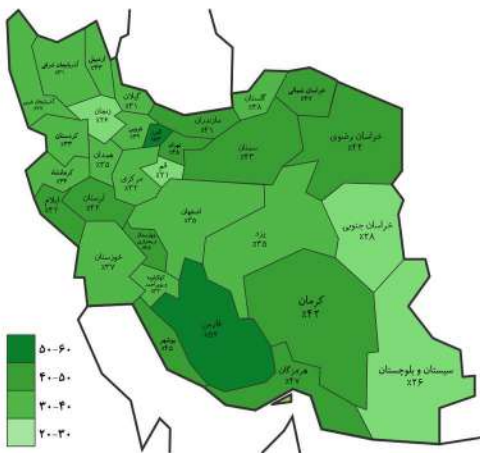
بررسی میانگین سنی بازیکنان نشان می دهد که در سه سال اخیر و پس از شیوع بیماری کرونا، شیوه های کاری و تغییرات رفتاری ناشی از آن منجر به حضور بازیکنان جدید، افزایش مشارکت بازیکنان پیشین و رشد تعداد بازیکنان شده است که همین موضوع سبب افزایش میانگین سن بازیکنان در دو پیمایش اخیر شده است.

شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران



بررسی نسبت بازیکنان در رده‌های سنی نشان می‌دهد که کودکان و نوجوانان دو گروه سنی هستند که بیشترین میزان اقبال را نسبت به بازی‌های دیجیتال داشته‌اند و بیشترین میزان بازیکن مربوط به این دو گروه بوده است که با توجه به میزان فراغت، امکان دسترسی به پلتفرم‌ها و سبک‌های مصرف رسانه‌ای این موضوع قابل توجه است، چرا که دسترسی در گروه خردسال غالباً محدودتر و با کنترل و پشتیبانی خانواده صورت می‌گیرد و در سایر گروه‌ها نیز محدودیت‌های زمانی می‌تواند شاخص تاثیر گذاری بر نسبت بازیکنان باشد. نسبت بازیکنان در گروه سنی ۱۸ تا ۳۴ سال نیز نشان می‌دهد که بالغ بر ۴۳ درصد در زمره بازیکنان بوده‌اند که نشان می‌دهد صرف زمان برای بازی‌های رایانه‌ای یکی از شیوه‌های مصرف رسانه‌ای در جوانان ایرانی است.

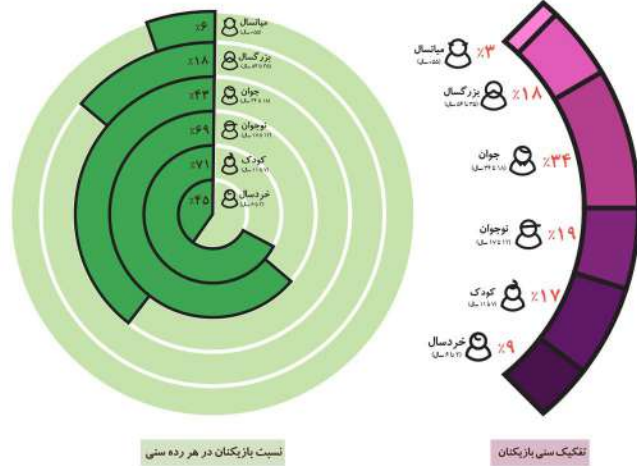
گزارش نمای باز



نسبت بازیکنان در هر استان

در میان استان‌ها، قم کمترین و البرز بیشترین نسبت بازیکنان را دارد.

چه کسانی بازی می‌کنند؟

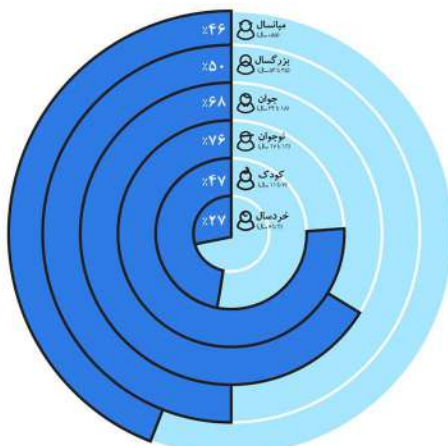


نسبت بازیکنان در هر رده سنی

تفکیک سنی بازیکنان

شاخص‌ترین اطلاعات مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران

گزارش نمای باز



نسبت بازیکنان برخط (آنلاین) در هر رده سنی

چگونه بازی می‌کنند؟

بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که ۵۸ درصد بازیکنان به صورت آنلاین بازی می‌کنند. همچنین باید توجه داشت که هرچه بازیکنان از لحاظ معیارهایی چون میزان ساعات بازی، میزان هزینه‌کرد، تعداد پلتفرم‌های بازی و هر روز بازی کردن آنان، حرفه‌ای‌تر شوند، استقبال آنان از بازی‌های برخط (آنلاین) افزایش پیدا می‌کند.

شاخص‌ترین اطلاعات مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران

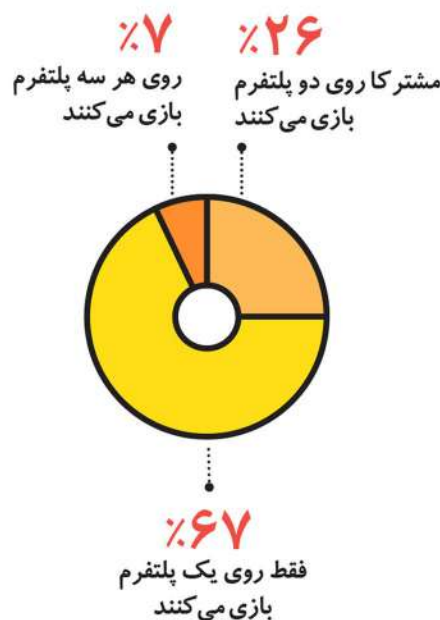
در مجموع اما، در دو سال گذشته تجربه‌ی بازی‌های آنلاین همراه با چالش‌هایی بوده است و همین موضوع سبب کاهش میزان بازیکنان آنلاین شده است. که می‌توان چند عامل را در این حوزه نام برد:

۱. اختلالات اینترنت و کاهش سرعت آن، تجربه‌ی بازی آنلاین را به فعالیتی فرسایشی و زمان‌بر برای بازیکنان تبدیل کرد تا جایی که انجام یک بازی آنلاین با استفاده از ارتباط با سرورهای بازی روی بهترین سرویس‌ها عملاً دشوار شد.
۲. میانگین تاخیر و پینگ تایم نیز یکی دیگر از دلایل کاهش اقبال بازیکنان از بازی‌های آنلاین بوده است و در مجموع نوسان پینگ باعث ایجاد وقفه یا افت کیفیت بازی آنلاین می‌شود.
۳. در کنار آن چه گفته شد عدم اتصال به سرور نیز از دیگر موضوعات تاثیرگذار در این زمینه بوده است که موضوع قطع ارتباط از سوی کشورهای میزبان تحت عنوان تحریم‌ها از یک سو و فیلترینگ از سوی دیگر می‌تواند اتصال به شبکه را مختل می‌کنند.
۴. همچنین افزایش هزینه‌های تعرفه اینترنت در کنار کاهش حجم مصرف و ترافیک نیز می‌تواند از دیگر موضوعات اثرگذار بر کاهش بازی‌های آنلاین باشد.

نتایج این پژوهش همچنین نشان می‌دهد که بر اساس پلتفرم، ۹۶ درصد از بازیکنان از موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم کنسول و ۱۹ درصد از پلتفرم رایانه استفاده می‌کنند. در حقیقت موبایل پلتفرم محبوب بازیکنان ایرانی است.

در مجموع می‌توان گفت کارشناسان صنعت بازی بر این باورند که بازی‌های موبایلی در مسیر رشد انفجاری در سال‌های آینده هستند. بازی به یکی از بزرگترین منابع درآمد برای پلتفرم‌های تبلیغات دیجیتال و فروشگاه‌های اپلیکیشن موبایل تبدیل شده است. از سوی دیگر تعداد بازیکنان بالقوه موبایل بیشتر از گیم‌های کنسولی هستند؛ با فرض اینکه تقریباً همه افراد در جهان صاحب یک گوشی هوشمند هستند، اما کنسول‌های بازی مانند پلی استیشن یا ایکس‌باکس باید منحصراً برای لذت بردن از این سرگرمی خریداری شوند و دسترسی به آن‌ها محدودتر است. بزرگسالانی که می‌خواهند استراحت کنند، می‌توانند از بازی‌های معمولی گوشی هوشمند استفاده کنند. در عین حال، کودکان و نوجوانان بدون کنسول خود می‌توانند از گوشی‌ها برای بازی کردن استفاده کنند.

در کنار آن چه گفته شد باید توجه داشت که برخی از کاربران همزمان از چند پلتفرم برای بازی استفاده می‌کنند که بر اساس آن بالغ بر ۶۷ درصد از بازیکنان در هر دو پلتفرم بازی می‌کنند، ۲۶ درصد روی دو پلتفرم و ۷ درصد با استفاده از سه پلتفرم بازی می‌کنند، بنابراین، نزدیک به ۳۳ درصد بازیکنان از بیش از یک پلتفرم برای بازی کردن استفاده می‌کنند.

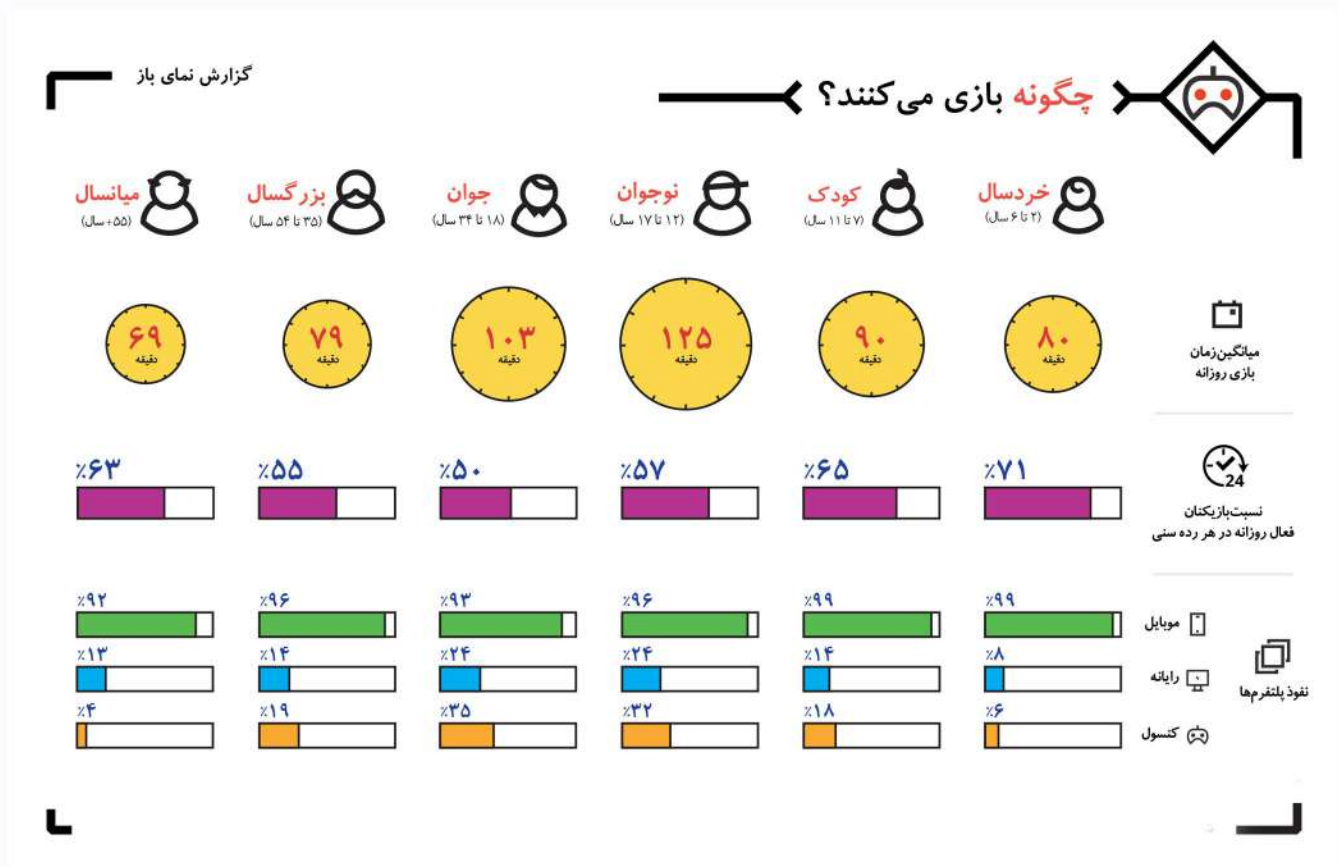


برخی بازیکنان همزمان با چند پلتفرم بازی می‌کنند. براساس این نمودار، نزدیک به **۳۳ درصد** بازیکنان از بیش از یک پلتفرم برای بازی کردن استفاده می‌کنند.

[۱] برخی از بازیکنان همزمان روی چند پلتفرم بازی می‌کنند، بنابراین مجموع اعداد اعلام شده برای نرخ نفوذ پلتفرم‌های مختلف، حتماً بزرگتر از ۱۰۰ خواهد بود.



براساس نتایج این پیمایش به طور متوسط بازیکنان ایرانی ۹۵ دقیقه در روز بازی می‌کنند. به تفکیک گروه‌های سنی اما بیشترین میزان میانگین زمان بازی مربوط به نوجوانان و جوانان است که با ۱۲۵ و ۱۰۳ دقیقه در راس قرار دارند.

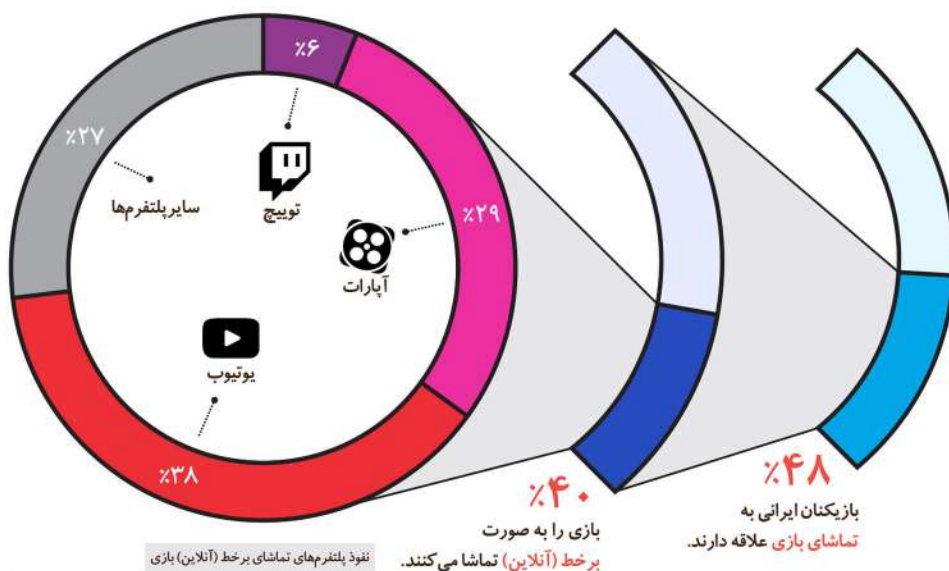


در کنار آن چه در خصوص مصرف بازی‌های دیجیتال گفته شد باید به جریان زنده بازی‌های ویدئویی نیز به عنوان نوعی رسانه اجتماعی جدید توجه داشت که پخش سنتی و بازی آنلاین را ادغام می‌کند. در سال‌های اخیر، صنعت پخش آنلاین به سرعت با ظهور پلتفرم‌های مختلف پخش زنده توسعه پیدا کرده‌است. کاربران جریان زنده بازی ویدئویی را می‌توان به جریان دهنده‌ها و مخاطبان تقسیم کرد.

در کنار آن چه در خصوص مصرف بازی‌های دیجیتال گفته شد باید به جریان زنده بازی‌های ویدئویی نیز به عنوان نوعی رسانه اجتماعی جدید توجه داشت که پخش سنتی و بازی آنلاین را ادغام می‌کند. در سال‌های اخیر، صنعت پخش آنلاین به سرعت با ظهور پلتفرم‌های مختلف پخش زنده توسعه پیدا کرده‌است. کاربران جریان زنده بازی ویدئویی را می‌توان به جریان دهنده‌ها و مخاطبان تقسیم کرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بالغ بر نیمی از بازیکنان علاقه اولیه را به تماشای محتوای بازی کردن دیگران نشان داده‌اند. باید توجه داشت که مقصود از این تمایل صرفاً استریمینگ نیست و می‌تواند تماشای بازی کودکان، دوستان یا اطرافیان را نیز شامل شود.

در مجموع می‌توان گفت ۴۰ درصد از بازیکنان به صورت برخط به تماشای بازی دیگران پرداخته‌اند. از بین روش‌های تماشای بازی دیگران یوتیوب ۳۸ درصد، آپارات ۲۹ درصد و توئیچ ۶ درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

چگونه تماشا می‌کنند؟



جریان زنده (live streaming) بازی دیجیتال نوعی رسانه اجتماعی ویدئویی است که پخش سنتی و بازی برخط (آنلاین) را ادغام می‌کند. در سال‌های اخیر، صنعت پخش برخط (آنلاین) به سرعت با ظهور پلتفرم‌های مختلف پخش زنده توسعه پیدا کرده است. کاربران جریان زنده بازی دیجیتال را می‌توان به جریان دهنده‌ها و مخاطبان تقسیم کرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بالغ بر نیمی از بازیکنان علاقه اولیه را به تماشای محتوای بازی کردن دیگران نشان داده‌اند. باید توجه داشت که مقصود از این تمایل صرفاً استریمینگ نیست و می‌تواند تماشای بازی، دوستان یا اطرافیان را نیز شامل شود.

شاخص‌ترین اطلاعات مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران

نویسنده:

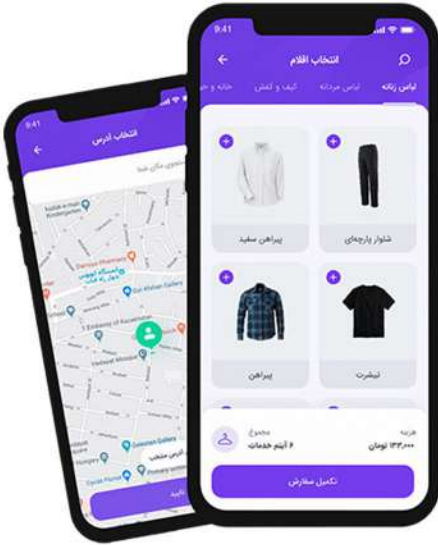
مهشید شهیدی

کارشناس پژوهش در بنیاد ملی بازی‌های

رایانه‌ای



ادامه دارد



امروزه هر چقدر هم که برنامه ریزی داشته باشیم، برای انجام بعضی از کارهای روزمره وقت کافی نداریم. اینجاست که سرویس‌های آنلاین به کمک ما می‌آیند. خشکشویی آنلاین پاکلین شرکت ارائه‌کننده خدمات اتوشویی و خشکشویی آنلاین در تهران است، در حقیقت خشکشویی هست که توانسته با استفاده از تکنولوژی روز بستی برای مردم تهران آماده کند تا بتوانند از هر نقطه‌ای و در هر ساعتی از شبانه روز خدمات خشکشویی لازم دارند درخواست خود را به صورت آنلاین ثبت و در سریع‌ترین زمان از این خدمات استفاده کنند.

امکانات خشکشویی آنلاین پاکلین

- امکان پرداخت نقدی یا اعتباری
- استفاده راحت از این سرویس مطابق هر سلیقه
- قیمت‌های مقرون به صرفه
- امتیازدهی به کیفیت خدمات پاکلین جهت بهتر شدن سرویس
- امکان استفاده از کد تخفیف به ازای معرفی به

دوستانتان

- سرویس دهی به کلیه مناطق ۲۲ گانه تهران
- استفاده از زیباترین و بروزترین پکیج‌های بسته بندی
- دریافت و تحویل بدون پرداخت هزینه جدا

تحويل البسه

لباس‌ها وقتی تمیز و خشکشویی شد، در زمانی که مشخص کرده اید در مرغوب‌ترین پکیج به شما تحویل داده می‌شود.

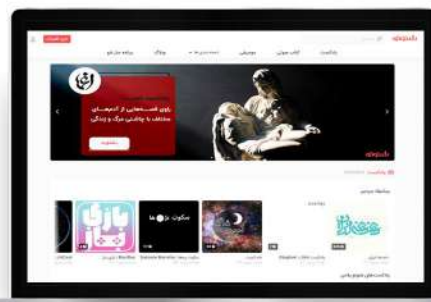


www.paklean.com

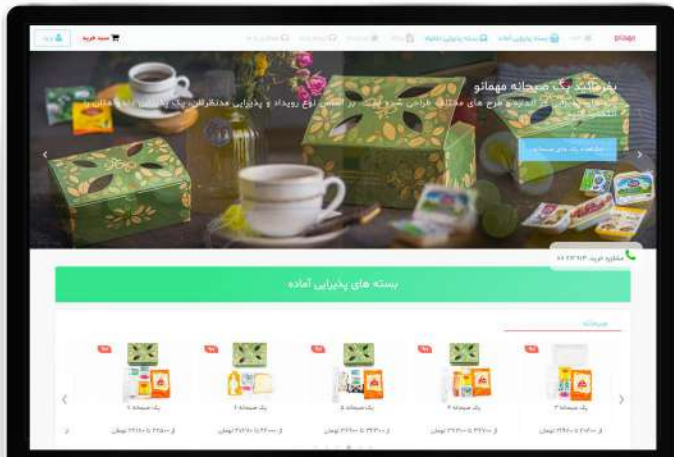


شنوتو دسترسی آسان به این فایل‌های صوتی را برای شما فراهم کرده است. در حال حاضر ۸۰۰۰ کانال پادکست با ۱۵۰/۰۰۰ اپیزود (قسمت) و ۲۰۰۰ عنوان کتاب صوتی آرشیو کاملی از محتوای متنوع را برای مخاطبین فارسی‌زبان فراهم آورده است. در مجموع تا اواسط سال ۱۴۰۱ نزدیک به ۵/۵۰۰/۰۰۰ دقیقه فایل صوتی در دسته‌بندی‌های متنوع وجود دارد که می‌تواند برای هر نوع سلیقه و مخاطبی جذاب باشد.

شنوتو امکانات کامل و جامعی را نیز به صورت رایگان در اختیار برنامه‌سازان پادکست، کتاب صوتی و موسیقی قرار می‌دهد. از جمله فضای رایگان برای آپلود فایل‌ها، ابزارهایی برای دریافت آمارهای دقیق از رفتار مخاطبان مثل داشبورد تحلیل و آنالیز، امکان بازپخش در تمام اپلیکیشن‌های پادگیر جهانی (RSS FEED) و کسب درآمد برای فایل‌های صوتی کاربران قرار دارد که تجربه شنیدن شما را لذت بخش بیهادر می‌کند.



www.shenoto.com

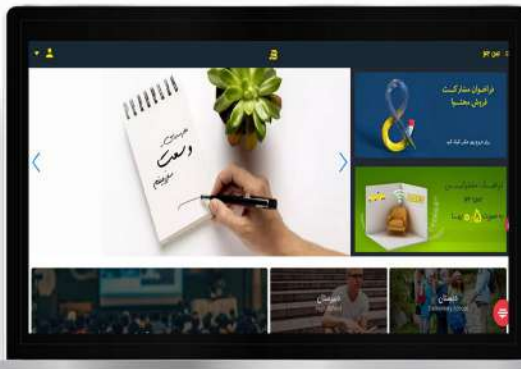


مهمانو

مهمانو یک روش جدید خرید پذیرایی میان وعده است که برای اولین بار در ایران از شهریور ۹۶ شروع به کار کرد. همه می دونیم آماده کردن پذیرایی خوب و کامل به رویداد چقدر کار سخته. اونم وقتی که برگزارکنندگان رویداد درگیر کارهای اجرایی و هماهنگی های برگزاری مراسم هستن. مهمانو استارتاپیه که به جهت حل این مشکل راه اندازی شده. شما به راحتی می تونید همه نوع خوراکی از قبیل میوه شسته شده، کیک، شیرینی، کاپ کیک، نوشیدنی، فینگرفود و تنقلات را در عرض چند دقیقه از سایت مهمانو خریداری کنید و به تعداد مورد نیازتون در زمان و مکان رویداد تحویل بگیرید. مهمانو این امکان رو به شما داده که اقلام پذیرایی رو در بسته های شیک و یک نفره و یا به صورت سینی و یا سبد تحویل بگیرید. مهمانو در رویدادهایی از قبیل همایش ها، کنفرانس ها، دوره های آموزشی، جلسات سازمانی، جلسات دفاع از

پایان نامه، مهمانی ها و دورهمی ها، صبحانه کاری، مراسم عروسی، جشن ها و تولدها، تورها، مراسم ترحیم، جلسات و مراسم مذهبی و سایر رویدادهای شما همراه شما باشه. برای ثبت سفارش به راحتی میتونید از طریق سایت مهمانو اقدام کنید و هیچ نیازی به مراجعه حضوری ندارید. شما می توانید از طریق این وبسایت نوع پک پذیرایی و اقلام داخل آن را از دسته های میوه، نوشیدنی، کیک، شیرینی، تنقلات و فینگرفود انتخاب کنید و در زمان و محل رویداد تحویل بگیرید. شما می توانید پک پذیرایی همایش ها و کنفرانس ها، کارگاه های آموزشی، تورهای مسافرتی، جلسات دفاع از پایان نامه، مراسم ترحیم، جشن ها و عروسی، تولد و مهمانی و سایر جلسات و برنامه های سازمان ها و شرکت ها و بسته صبحانه را دریافت کنید. برای خرید پک پذیرایی می توانید از دو بخش بسته پذیرایی آماده و بسته پذیرایی دلخواه سفارش خود را ثبت کنید.

سایت: mehmano.com



بین جو



«بین جو» نام سامانه دانش بنیان است که فضای نامحدود ابری را در اختیار اساتید، دانشگاه ها، مدارس، سازمان ها و نهادها قرار می دهد. آن ها با استفاده از این فضا، محتواهای ویدیویی و فایلی خود را به صورت دسته بندی شده و به تفکیک به مخاطب ارائه می کنند. همچنین در این سامانه امکان اشتراک گذاری محتواها به وسیله QR کد چاپی در اختیار کاربران قرار می گیرد. این سامانه چهارگانه است و شامل پلتفرم رویداد و جلسات آنلاین، سیستم مدیریت یادگیری، دوره های آموزشی و کانال محتوای مورد تأیید وزارت آموزش و پرورش در دولت الکترونیک وزارت ارتباطات می شود.

ویژگی ها:

ایجاد فضای اختصاصی (کانال) با امکانات زیر برای کاربران به صورت رایگان می باشد:

- ۱- بارگذاری محتواهای ویدیویی و فایلی و دسته بندی آن ها
- ۲- برنامه ریزی کلاس، رویداد، وبینار و آزمون های آنلاین با امکان بلیط فروشی و درآمدزایی (با کسر کارمزد از درآمد)
- ۳- فروش محتوای آفلاین به صورت پکیج های دوره ای (با کسر کارمزد از درآمد)

سایت: www.binjo.ir



تریبون دوم این شماره اختصاص دارد به معرفی شرکت نقطه امن زندگی توران با "توران، پلتفرم روانشناسی کشف و رشد استعداد کودکان" و گفتگو با خانم زهرا فتحیه



فاندر مجموعه بعد از ده سال کار تحقیقاتی-میدانی در حوزه کودک و خانواده و تعامل و کار کردن روی چند هزار کودک و خانواده در مدل های مختلف از جمله خانواده ها و کودکان دارای اختلال به ایده توران رسیدن و این ایده را با تحقیقات و بررسی های لازم راه انداختند. توران در ابتدا با دو نفر شروع به کار کرد و به مرور تیم بزرگ تر شد. در حال حاضر تیم اجرایی ۱۰ نفر و بیش از ۳۰ معلم و مشاور در توران هستند.

هدف شما از راه اندازی پلتفرم توران چه بوده است؟

ما برای ساختن فردا روی کودکان امروز تمرکز کردیم، توران بستری برای بهبود سلامت روح و روان کودکان است و ما با این هدف که کودکان مسیر خودشونو سریع تر و راحت تر پیدا کنند و از طرفی یکی از چالش های هر آدمی تو مسیر زندگی انتخاب بین علاقه و استعدادش و این چالش از بچگی باهامونه تا روزی که از روی شانس یا اتفاق استعدادمونو پیدا کنیم و خوب معلوم نیست که تا پیدا کردن استعدادمون چقدر زمان و هزینه هدر دادیم و از طرفی هم خیلی وقتا اختلال های ساده ای تو بچگی داشتیم برای یادگرفتن درس ها و خوندن و نوشتن و... که هیچ کس متوجهش نمی شد اما به خاطر نتیجه ی نامطلوبی که روی درس مون می داشت سرزنش میشدیم. ما با دغدغه ی خودمون و با تجربه ای که از کار با کودک داشتیم تصمیم گرفتیم یه پلتفرمی داشته باشیم که همه ی نیاز های روانی و آموزشی بچه هارو پوشش بده تا کمتر تو مسیر رشدشان اذیت بشن و سریع تر به هدفشون برسن. چیزی که نسل ما ازش محروم بوده.



چه پتانسیل ها و فرصت هایی در حوزه روانشناسی دیدید که سراغ این کار اومدید؟
در حوزه ی کودک و خانواده همیشه خلأیی وجود داره در مسیر تشخیص و درمان که اکثر مراکز و مجموعه های تخصصی فقط به بحث تشخیص موانع و اختلالات یادگیری یا کشف استعداد میپردازن اما برای ادامه ی مسیر کودک و خانواده راهکاری ارائه نمیدن و تمام طول مسیر همراه نمیشن ما این خلأ رو دیدیم و تلاشمون این بوده که با پر کردنش و ارائه ی همزمان خدمات کشف و رشد، علاوه بر استعدادیابی و اختلال یابی، کودکان رو در جهت استعدادها و یا در جهت رفع اختلالات راهنمایی کنیم و با آگاه سازی خانواده این مسیر رو غنی تر و پویا تر کنیم تا کودکان امروز در محیط سالم و پر باری رشد کنن و به بهترین نسخه از خودشون برسن.

یک معرفی کلی از خدمتی که ارائه می کنید بفرمایید.
تمام خدمات توران به صورت آنلاین ارائه میشه تا هم قابل دسترس در تمام کشور و حتی خارج از کشور باشه و هم هزینه ی رفت و آمد و صرف زمان رو کمتر کنیم

خدمات ما در دو مرحله ارائه میشه:
مرحله ی کشف: مرحله ای که با توجه به نیاز خانواده ها پکیج استعدادیابی با تست های مخصوص و دریافت زمان مشاوره ی آنلاین ارائه میشه و پکیج تشخیص اختلالات



خانم زهرا فتحیه مدیرعامل پلتفرم توران

یادگیری که با تست مخصوص و برگزاری جلسه‌ی تشخیصی ارائه‌ی همیشه بعد از مشخص شدن وضعیت کودک و خانواده مسیری که برای رشد کودک ترسیم همیشه

مرحله‌ی رشد: مرحله‌ی ای که با برگزاری کلاس‌های آموزشی طبق استعداد کودک و یا کلاس‌های درمان اختلالات به صورت آنلاین و آفلاین ارائه‌ی همیشه.

به جز مراحل گفته شده برای همراه کردن خانواده با نیازها و چالش‌های کودکان کارگاه‌هایی با اساتید روانشناسی برگزار می‌کنیم و فایل ویدیویی کارگاه برای تهیه‌ی خانواده‌ها در سایت قرار می‌گیره.

یک کارگاه حضوری هم با موضوع اشتباهات رایج والدین برگزار کردیم و مورد استقبال قرار گرفت.

از محصولات جدید توران به کتاب‌های محتوا محوری اشاره می‌کنیم که با هدف تقویت خلاقیت بچه‌ها تصویرسازی شده تا به زبان کودکان و توسط خودشان روایت بشه.

تست‌های روانشناسی هم طبق پارامترهای استاندارد در سایت توران موجوده که برای تفسیر تست‌ها از نظر تخصصی روانشناسان توران استفاده می‌کنیم

تمامی خدمات توران با پشتیبانی ۲۴ ساعته ارائه شده و در صورتی که به نتیجه‌ی مطلوبی نرسه هزینه‌ی محصول برگشت داده میشه و برای تشخیص اختلالات تا یک هفته به خانواده دسترسی میدیم برای تعامل با متخصص روانشناسی و پرسش و پاسخ تا خانوادها در یک نقطه و فضای امنی قرار بگیرن و به پاسخ‌های درستی برسن.

خدمت شما چه تمایز یا نوآوری‌هایی با سایر نمونه‌های مشابه دارد؟

توران بعد از ده سال تجربه‌ی کار با کودک به روشی برای آموزش به کودکان ۳ تا ۱۲ سال رسید که طبق این روش کودک، خودش در مسیر یادگیری قرار می‌گیره و بهتر میتونه با معلم و روند آموزشی ارتباط برقرار کنه.

در صورتی که خانواده به نتیجه‌ای که اطمینان دادیم با روش ما بهش میرسه، دست پیدا نکنه تمام هزینه‌ای پرداخت کرده برگشت داده میشه محتوای پکیج‌ها در یک گروه مشترک با

روانشناسی توران قرار می‌گیرن تا سوالات خودشون رو پرسن و ابهامی نداشته باشن.

مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟ چه بازخورد‌هایی تاکنون از آنان داشته‌اید؟

تمام خانواده‌ها مخاطب ما هستن چه در داخل کشور و چه در خارج کشور باشن و میزان رضایت از خدمات ما بالای ۹۰ درصد بوده و بیش از ۴۰۰ یوزر در طی سال‌های مختلف با توران همراه بودن



چه تعداد نیروهایی در مجموعه شما و با چه تخصص‌هایی مشغول کار هستند؟

۹ نفر در مجموعه‌ی توران مشغول کار هستن در

موقعیت‌های شغلی: تولید محتوا و مدیریت فضای مجازی/ پشتیبانی و مهندسی سایت و سئو/ روانشناس مجموعه برای رد شدن محتوا از فیلتر تخصص و علم روانشناس/ مدیر مارکتینگ/ گرافیکس‌ها و نویسنده‌های محتوا.

برای آینده چه برنامه‌ای دارید؟

ما قصد داریم تبدیل به امن‌ترین نقطه برای خانواده‌ها بشیم، نقطه‌ای که از هر کجای جهان بتونن بهش مراجعه کنن و مسیری برای رشد و آرامش بچه‌ها تو توران پیدا کنن. بین‌المللی شدن یکی از چشم‌انداز هامونه

و اینکه بتونیم این نقطه‌ی امن رو به مناطقی که دسترسی کمتری به آموزش دارن هم برسونیم و اهمیت آموزش و سلامت روان بچه‌ها رو نشون بدیم.

تعدادی از خدمات توران را معرفی بفرمایید.

- پکیج استعدادیابی (تست‌ها و جلسه‌ی مشاوره)
- پکیج تشخیص اختلالات یادگیری (تست‌های مخصوص و جلسه‌ی تشخیصی)
- پکیج درمان اختلالات یادگیری (ویدئوهای آموزشی برای کودک و خانواده + کاربرگ و جلسه‌ی بررسی میزان رشد کودک)
- تست‌های روانشناسی به همراه تفاسیر شخصی‌سازی شده
- کتاب‌های متن محور برای کودکان (بذر شادی/ درد خوشمزه)
- کلاس‌های آموزشی (پیش‌دبستانی تا ششم



ابتدایی برای تقویت دروس)

- کلاس‌ها مهارتی (موسیقی شامل پیانو/ گیتار/ ستور ... نقاشی خلاق و...)

فناوری پارک علم و فناوری، مجوز شابک برای چاپ کتاب‌های محتوا محور، مجوز انجمن علوم روان‌شناختی واشنگتن و انستیتو استرس آمریکا و ای نماد هم به‌ممنون ثابت کرد که داریم درست میریم.

چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب و کار شما بوده و یا هست؟

هیچ کسب و کاری بدون شکست به موفقیت نمی‌رسد و شکست گاهی وقتاً معنای خسته شدن یا نا امید شدن از ادامه‌ی مسیر می‌دهد. گاهی خزانهمون خالی میشه یا برای قانع کردن همدیگه موقع پروژه‌ها کلمه کم میاریم و برای کم کردن چالش‌ها دنبال راه جدید می‌گردیم.

اما در نهایت نگاهمون رو روی آینده متمرکز می‌کنیم برای گذر از شکست‌های کوچیک.

پیشنهاد شما برای کسانی که قصد ورود به این حوزه کسبوکار را دارند چیست؟

خیلی‌ها میگن فقط کافیه تلاش کنی تا به هرچی می‌خواهی برسی

می‌خواوم بگم که همچی به تلاش ما بستگی نداره و در مسیر عوامل زیادی وجود داره برای موفق شدن یا نشدن اما ما باید حرکت کنیم و تلاش کنیم برای رسیدن به هدف فارغ از نتیجه

گاهی نتیجه رضایت‌بخش نیست اما چیزی که مهم تره حرکت کردنه



چه موفقیت‌هایی یا تجربیات موفق با این خدمت به دست آورده‌اید؟

هیچ چیز به‌اندازه‌ی رضایت مخاطب نمیتونه موفقیت آمیز باشه و ما تونستیم رضایت بالای ۹۰ درصدی از مخاطبمون داشته باشیم. بیش از ۱۵۰۰ ساعت خدمات باکیفیت و اصولی ارائه دادیم.

مجوز صنایع خلاق ریاست جمهوری، مجوز



هیچ چیز به‌اندازه‌ی رضایت مخاطب نمیتونه موفقیت آمیز باشه و ما تونستیم رضایت بالای ۹۰ درصدی از مخاطبمون داشته باشیم. بیش از ۱۵۰۰ ساعت خدمات باکیفیت و اصولی ارائه دادیم.

بکیج های توران



تست های روانشناسی





انتظارات شما در خصوص حمایت های دولتی مانند برنامه توسعه زیستبوم شرکت های خلاق چیست؟

با توجه به شرایط اقتصادی-اجتماعی و جو جامعه رشد یک بیزینس نسبت به قبل با چالش های بیشتری مواجه هست. از طرفی بیزینس هایی همچون توران که موجب ارتقا شخصیت و رفع موانع اخلاقی و ساختن جامعه ای بهتر می شود جای خالی اش در کشور احساس می شود.

انتظارات توران یکی بحث مالی و حمایت های مناسب در این زمینه است. دوم هم سهل تر شدن موانع موجود در این مسیر همچون مجوزها و...

بی شک استارتاپ هایی که با جوانان پرشور و پیرانگیزه شکل گرفته و دارد اصولی حرکت می کند می تواند اتفاقات بزرگی را برای این مرز و بوم که این روزها حال خوشی ندارد رقم بزند به شرط همراهی ها و همدلی ها.

در آخر برای مخاطبین ماهنامه زیست بوم خلاق به مناسبت فرارسیدن نوروز، کد تخفیفی برای استفاده از همه ی محصولاتمون در پلتفرم توران به عنوان هدیه تقدیم می کنم.

کد تخفیف ۱۰ درصدی
President10turan

سایت:

www.turanlife.com

اینستاگرام:

turanlife_com



۱۶ ایده ترندی جدید برای ویژوال مرچندایزینگ

به نظر می‌رسد که شکاف بین خرده‌فروشی دیجیتالی و فیزیکی، به سرعت در حال محو شدن است! طبق گفته فوربس (Forbes) در سال ۲۰۲۲، روند خرده‌فروشی به ایجاد یک خرید بی‌نظیر برای مصرف کنندگان، ادامه می‌دهد و هرکسی می‌تواند از هرکجا خرید کند و کالاها را به راحت‌ترین روش ممکن دریافت کند.

در ادامه روندهایی را با شما به اشتراک می‌گذاریم که پیش‌بینی می‌کنیم در سال ۲۰۲۳ با تمرکز بر روی آن، فروش خود را افزایش دهید.

۱. ایجاد یک ویژوال مرچندایزینگ جذاب، با استفاده از رنگ:

پالت رنگی یکنواخت، می‌تواند به ایجاد یک تجربه ویژوال منسجم در خرده‌فروشی شما، کمک کند و جلب توجه به عناصر خاصی از فضای شما را آسان‌تر کند.

انتخاب پالت رنگ اولین قدم است؛ می‌توانید تعداد رنگ‌ها را محدود کنید تا یک ویژوال مرچندایزینگ هماهنگ برای خریداران خود ایجاد کنید.

به طور معمول شما می‌توانید با ۳ یا ۴ تا رنگ در یک‌زمان کار کنید. پالت باید با برند شما مطابقت داشته باشد؛ همچنین می‌توانید از نور مناسب برای هماهنگی با پالت رنگ استفاده و توجه خریداران را به سمت محصولات جلب کنید.

۲. مانکن‌هایی که محل فروش شما را زنده می‌کنند:

هر چه در قرار دادن مانکنها در فروشگاه، خلاقیت بیشتری داشته باشید، بازدیدکنندگان خود را بیشتر تحت تأثیر قرار می‌دهید و این به نوبه خود، باعث افزایش سطح فروش در خرده‌فروشی خواهد شد! مانکن‌ها را نه در حالت ایستاده، بلکه انگار این

MERCHANDISING



فریم از یک فیلم و افراد واقعی هستند، در نظر می‌گیریم؛ به‌عنوان مثال این‌ها ورزشکارانیاند که برای دوییدن آماده می‌شوند.

۳. تحرک اسباب در ویژوال مرچندایزینگ: همه اسباب روی چرخ هستند و مادام‌العمر به دیوارها میخ نمی‌شوند؛ این امر، جابه‌جایی و به روزرسانی اسباب و کالاها را در انبار آسان و حس تازگی به آن می‌بخشد! همچنین رنگ آمیزی دیوارها با رنگ سفید، باعث گسترش دیدگاه در فضای خرده‌فروشی و تمرکز بر روی

کالاها می‌شود. برای سهولت در جابه‌جایی، از لمینت، چوب سخت و یا بتن صیقلی استفاده و از انواع فرش بهره‌بردارید.

۴. کفش روی دیوار، نه روی پیشخوان: پیش‌ازاین، کفش‌ها فقط روی میز قرار می‌گرفتند که مانع از ورود خریدار به فروشگاه خرده‌فروشی می‌شد. تاجران در حال حاضر دریافته‌اند که نمایش گروه‌های کوچک کفش بر روی دیواری با نور مناسب که خریداران بتوانند به راحتی آن‌ها را



۸. برای ارتباط با خریداران، نمایشگرهای فصلی قرار دهید:

هنگام بررسی ویژوال مرچندایزینگ خود، عوامل فصلی باید نقش داشته باشند. اطمینان حاصل کنید که ویژوال مرچندایزینگ فروشگاه شما با آنچه خریداران تجربه می‌کنند چه در تعطیلات یا آب‌وهوا، مرتبط است. نمایشگرهای فصلی می‌توانند اشکال مختلفی داشته باشند؛ شما می‌توانید ویژوال مرچندایزینگ را، به‌موقع در فروشگاه خود بگنجانید تا از احساسات فعلی و عادات خرید استفاده کنید به‌عنوان مثال، محصولاتی که در سال نو و یا روز ولنتاین در نمایشگرهای پنجره نمایش داده می‌شوند، یکسان نیستند.



برتر قرار دارند، همیشه مفید است. این کار را می‌توان به‌سادگی با قرار دادن اجسام در خطوط ایده‌آل، انجام داد؛ همچنین باعث می‌شود که هر محصول جداگانه از سایرین متمایز شود.

برای خریداران، احساس منحصر به فرد بودن و فردیت محصول را ایجاد می‌کند! یک ویترین در وسط فروشگاه خود ایجاد کنید طوری که انگار یک نمایشگاه تجاری است؛ همچنین توجه داشته باشید که نورپردازی شما باید در کل نمایشگر یکنواخت باشد که محصول متمایز به نظر برسد.



۷. نمایش پنجره‌ای با اثر باز کردن هدایا:

این تکنیک نمایش کالا در خرده‌فروشی، تازه به نظر می‌رسد، رنگ و بافت غیرمعمول، توجه را به کالاها جلب می‌کند! کاری که یک ویترین شیشه‌ای معمولی، به‌سادگی نمی‌تواند انجام دهد. یک ویترین درست کنید و سپس کاغذ کرافت رنگی را دور آن ببیچید تا حدود یک‌سوم از صفحه نمایش را بپوشاند.

ببینند و لمس کنند، آن‌ها را بیش از هر کانتربدیگری، به سمت کفش جذب می‌کند؛ همچنین تجربه خرید تمیزتری را فراهم می‌کند زیرا کف فروشگاه کمتر بهم ریخته می‌شود؛ همچنین کفش‌ها را بر اساس دستبندی یا استفاده، گروه بندی کنید مانند کفش‌های کتانی، چکمه، کفش زمستانی و دقت کنید که بیش از ۱۸۰ سانتی‌متر از زمین، بلندتر نباشد.



۵. لمس و تست:

روند دیگری از ویژوال مرچندایزینگ، می‌توانیم به چیدمان نمادین فروشگاه‌های اپل اشاره کنیم که به تعامل عملی با محصولات آن‌ها اشاره و دعوت می‌کند. وقتی مشتری بتواند محصولی را لمس کرده و آزمایش کند، تصور اینکه آن را با سبک زندگی‌اش منطبق کند، برایش آسان‌تر شده و در تصمیم خود برای خرید، مطمئن‌تر می‌شود.

۶. دید کامل در ویژوال مرچندایزینگ: برجسته‌کردن محصولاتی که در گروه قیمت





۹. اینترنت اشیا:

اینترنت اشیا (IOT)، به شبکه‌ای از اشیا الکترونیکی با حسگرها، نرم‌افزار و اتصال شبکه برای جمع‌آوری و تبادل داده‌ها با یکدیگر اشاره دارد و این یک اتفاق تازه در بازی خرده‌فروشی نیست.

برند لوکس Hugo Boss، به استفاده از حسگرهای حرارتی در برخی فروشگاهها برای ردیابی حرکت مشتری، شروع کرده است و به آن‌ها کمک می‌کند که بیشترین ترافیک در مناطق فروشگاه، مشخص شود. پیامدهای این حسگرها برای استراتژی‌های ویژوال مرچندایزینگ این برند، ارزشمند هستند.



۱۰. بازخورد هوشمندتر:

با اطلاعات تراکنش‌های فروش و منابع جدیدتر اطلاعات مانند داده‌های اینترنت اشیا، رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های بررسی، اکنون می‌توانید راحت‌تر از همیشه، بازخورد دریافت کنید.



۱۱. سفارشی‌سازی:

داشتن محصولاتی که مشتریان نمی‌توانند در جای دیگری به دست آورند، یک گام اساسی در افزایش وفاداری و شناخت برند است و می‌تواند عامل فروش برای فروشگاه شما باشد. اقلام برجسته خصوصی توسط یک تأمین‌کننده تولید می‌شود اما با نام تجاری شما به فروش می‌رسد؛ همچنین زمانی که مردم از محصولات با نام تجاری شما استفاده می‌کنند، هر بار به یاد فروشگاه شما می‌افتند.



۱۲. ایجاد استراتژی پلانوگرام فیزیتهال (phygital):

خرده‌فروشان می‌توانند از فناوری دیجیتال در فروشگاه‌های فیزیکی و وبترین فروشگاه‌های آنلاین خود، استفاده کنند تا محصولات خود را با استفاده از استراتژی‌های ویژوال مرچندایزینگ بفروشند.

این به خریداران کمک می‌کند تا هر طور که می‌خواهند خرید کنند؛ به‌عنوان مثال اگر مشتری به دنبال یک ابزار باشد، آن کالا را در فروشگاه آنلاین شما مرور می‌کند و بعداً تصمیم می‌گیرد آن را از فروشگاه نزدیک شما خریداری کند تا یک تجربه خرید واقعی در فروشگاه را داشته باشد. هنگامی که آن‌ها از فروشگاه شما بازدید می‌کنند، می‌توانید آن‌ها را تشویق کنید تا با خرید کالاهای متقابل با یکدیگر یا قرار دادن اقلام پر فروش در قفسه‌ها، خریدهای بیشتری انجام دهند. این استراتژی خرده‌فروشی فیزیتهال (phygital)، راحت است و تجربه خرید و رضایت مشتریان را افزایش می‌دهد.

۱۳. سیر تکاملی شبکه‌های اجتماعی:

مشتریان اکنون به تلفن‌های همراه خود به عنوان «رفیق خرید» مورد علاقه خود روی می‌آورند و تبلیغات دهان به دهان تاثیر



بیشتری بر تصمیمات خرید دارد زیرا تأثیرگذاران با تأیید محصولات از طریق اینستاگرام و یوتیوب، فروش را افزایش می‌دهند. امکان خرید از طریق اپلیکیشن‌های اجتماعی مانند دکمه‌های Buy now در توییتر، فروشگاه‌های موبایل فیس‌بوک و پین‌های خرید pinterest وجود دارد که همگی شکاف بین خواسته و یک شیء ملموس را در خانه شما کاهش می‌دهند. زمان زیادی نمی‌گذرد تا اسنپ‌چت و اینستاگرام با یک رابط قابل خرید به آن بپیوندند.



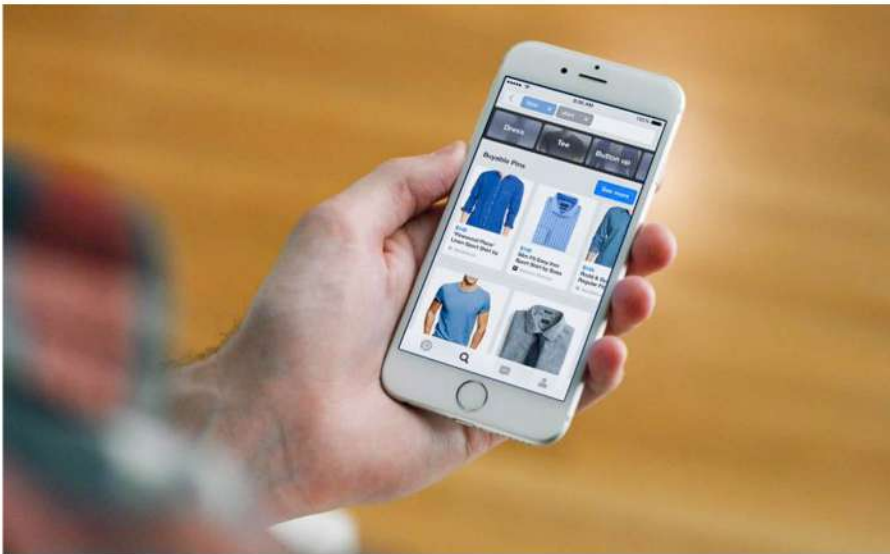
۱۴. نگاهی دقیق‌تر به داده‌های فروش خود داشته باشید:

تجزیه و تحلیل داده‌های فروش شما بسیار مهم است زیرا نشان می‌دهد کدام دسته محصول سود بیشتری به همراه دارد.

این به شما کمک می‌کند قبل از تمام شدن موجودی محصول، قفسه‌ها را مجدداً ذخیره کنید. این همچنین به شما کمک می‌کند تا محصولات پر فروشی را که برای افزایش فروش باید با اقلام با عملکرد ضعیف ترکیب کنید را درک کنید.



۱۵. Omnichannel



مردم انتظار دارند توجه به خرید آفلاین آن‌ها، به‌سادگی دکمه Dash آمازون، با یک کلیک باشد. یکپارچگی موجودی در کانال‌های آنلاین و آفلاین، کارایی فروشگاه شما را افزایش می‌دهد و راحتی مشتری را بهبود می‌بخشد! برای مثال، شرکت خرده‌فروشی kohل در آمریکا، می‌توانید موجودی کالا را جستجو کنید و کالاهای موجود در انبار را به‌صورت رایگان دریافت کنید.

امسال هدف خود را برای ساده کردن موجودی و تقویت یکپارچگی آنلاین و آفلاین خود قرار دهید؛ حتی می‌توانید به‌سادگی یک iPad را در فروشگاه خود اضافه کرده تا به کاربران اجازه دهید محصولات شما را آنلاین خریداری کنند.

۱۶. تجربه فروش

بسیاری از مشتریان، به خرید از خانه‌های خود عادت کرده‌اند. برای جذب خریداران به فروشگاه خود، باید نسل جدید از تجربه را ارائه دهید.

از طریق فروشگاه‌های بازشو، فعال‌سازی برند و تقویم رویدادها با خریداران خود، روابط آفلاین ایجاد کنید.

این گرایش‌ها به ویژه برای جذب مشتریان از طریق راه‌حل‌های مشخص شده و ادغام با برنامه‌ها و وبسایت‌هایی که قبلاً استفاده می‌کردند، مفید هستند.

تعامل با مشتری و فناوری هوشمندتر می‌تواند یک تجربه خرید یکپارچه ایجاد کند و در عین حال وفاداری و آگاهی به برند را افزایش دهد.

نویسنده :
ملینا زارعی
منبع:

www.backstage.fashion



www.isti.ir
www.ircreative.isti.ir
www.creativehousenet.ir



[@ircreative.ir](https://www.instagram.com/ircreative.ir)
[@creativehousenet.ir](https://www.instagram.com/creativehousenet.ir)



ircreative@isti.ir



واحد پذیرش: ۰۲۱-۸۳۵۳۲۴۷۵
بخش خدمات: ۰۲۱-۸۳۵۳۲۴۷۴