

مجله زیست‌بوم

فصلنامه بهار ۱۳۹۸

پیام نوروزی دبیر ستاد فرهنگ‌سازی
اقتصاد دانش بنیان

معرفی کتاب‌های فناوری نرم

گفتگو با مدیر موفق ایرانی
در حوزه صنایع دستی



خلاقیت ایرانی، اتفاقی نیست.
خلاقیت ایرانی مختص نسلی
خاص یا شکوفیده در سال های
محدودی نیست. خلاقیت
ایرانی برگرفته توحید و تلاش
انسانی است که همواره در
چهارراه حوادث تاریخ، پشت
اش خم نشده است و در مقابل
تندباد دگرگونی ها، منعطف
مانده و شکسته نشده است.
اقتصاد خلاق، مهم ترین درسی
که به ما خواهد آموخت این
است که یادآوری کند «ما ایرانی
هستیم».

نوروز، فرصتی برای طراوت دادن دل انسان است

در کشور ما سالهای متمادی است که روز نوروز و ساعت تحویل، مردم در عبادتگاهها
وزیارتگاهها جمع میشوند و از خدای متعال طلب خیر و برکت میکنند؛ سال خوبی را
برای خودشان و برای دیگران از خداوند متعال طلب میکنند و میخواهند.



شهرت مطالب

- ۴ یادداشت: ما ایرانی هستیم
- ۶ اخبار کارگروه خلاق
- ۱۲ مدل های حمایتی از صنایع خلاق در برخی از کشورها
- ۱۴ سفر نوری امن با چارچرخ
- ۱۶ استودیوی بازی و سرگرمی های ایرانی اسلامی مهاد
- ۱۸ سامانه تامین مالی و سرمایه گذاری کارن کراد
- ۲۰ روابط عمومی موثر و مدیریت ارتباط با مشتری
- ۲۲ معرفی کتاب های فناوری نرم استارت آپی
- ۲۴ مرکز نوآوری مانا
- ۲۶ معرفی اپلیکیشن های خلاق
- ۲۸ علی آباد محصولات خانه و روستا
- ۳۰ رموز موفقیت مدیریت در بیان مدیر ایرانی در حوزه صنایع دستی
- ۳۲ صندوق پژوهش و فناوری کریمه
- ۳۴ باغ بازار، سامانه آنلاین رویدادهای کشاورزی
- ۳۶ فروشگاه آنلاین آسان و قابل اعتماد خرید صنایع دستی و هنری «گیلیمو»
- ۳۷ اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی
- ۳۸ گشتی در زیست بوم صنایع خلاق
- ۴۰ گزارشی از یازدهمین جشنواره دوسالانه پویانمایی تهران
- ۴۱ اختتامیه یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران
- ۴۲ رزرو اقامتگاه های بوم گردی و راهنمایان تور با پرسپیس تور
- ۴۴ لیگوکاپ؛ مدرن ترین ابزار ثبت نام آنلاین و مدیریت مسابقات
- ۴۶ مهمترین اخبار صنایع خلاق در سال ۱۳۹۷
- ۴۸ ایجاد دپارتمان شرکت های خلاق در انجمن مدیریت اجرایی ایران
- ۵۰ سرگذشت کسب و کارهای مشهور جهان در حوزه صنایع خلاق



ویژه نامه بهار ۱۳۹۸
برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

تهیه کننده:
دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

دبیر کارگروه:
سید محمد حسین سجادی نیری

همکاران این ویژه نامه:
سید مهدی سادات، شایان نشاط، حامد کرمی
عطیه صادقی پور

ما ایرانی هستیم



پرویز کرمی

دبیر ستاد فرهنگسازی اقتصاد دانش بنیان
معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

«شارل دو مونتسکیو» اندیشمند شهیر فرانسوی، کتابی دارد با عنوان «نامه های ایرانی». در این کتاب، او یک گردشگر خیالی اهل ایران را به فرانسه می برد و در مواجهه با هموطنانش، رفتار و فرهنگ فرانسوی را به نقدی جدی می کشاند. در جایی از آن، یکی از فرانسویان که گردشگر ایرانی به او معرفی می شود، شگفت زده می پرسد: «چگونه ممکن است کسی ایرانی باشد؟» حالا سه قرن؛ یعنی سیصد سال از زمان نوشتن این کتاب می گذرد. ایران برخلاف آن روزها که دوره جاماندن از جهان صنعتی را آغاز کرده بود، هم اکنون در تلاشی جهاد گونه و خستگی ناپذیر برای رسیدن به قله های دانش و فناوری است. همه دنیا جمهوری اسلامی ایران را جدی گرفته اند خیل انبوه جوانان متخصص و پراگیزه و امیدوار بیش از چهار هزار شرکت دانش بنیان و هزاران استارت آپ، طی پنج سال گذشته کارشان را شروع کرده اند. کارخانه های نوآوری و شتابدهنده ها و صندوق های سرمایه گذاری جسورانه هم یک به یک، شکوفا شده اند. ایده ها و خلاقیت ها با فناوری رنگ واقعیت گرفته اند و هر روز از هر گوشه این خاک پرگوهر، دستاوردی تازه و ارزشمند سر بر می آورد و نیازی را برطرف می سازد.

دانشمندان و متخصصان ایرانی، در برگزیده ترین دانشگاه و مراکز پژوهشی دنیا، ارج و قرب دارند و مایه فخر کشورمان هستند. آنگاه یک به یک طی چند سال گذشته، به کشور باز می گردند و با تاسیس شرکت های دانش بنیان یا استارت آپها، تجربه های گرانبهایشان را در اختیار جوانان میهن قرار می دهند.

فرهنگ پرقدمت ما، در حال زدودن دوده های سالیانی است که فضای بچه پولداری نفتی ایجاد کرده بود. یا حتی در حال روبیدن غبارهای سم اسبانی است که در دوران سلطان بازی و تخت نشینی، بر رخ اندیشه ناب و جذاب ایرانی به پا خاسته بود. اینک موضوع مهمی با عنوان «اقتصاد خلاق»، همچون ققنوسی، از آتش بحران های دوران، سر بر آورده است. اقتصاد خلاق، پیش از آنکه رسم پول در آوردن از فکر و اندیشه را به ما بیاموزاند، می باید که رسم درست اندیشیدن را یادمان دهد. این مفهوم، گره گشای بسیاری از مسائل امروز ما خواهد بود. آدم های خوش قریحه و خشت خام بین، می دانستند که هر کس به دنبال پول باشد بنده آن است و هر که به دنبال دانش باشد، سالار آن. ما سال های سال است که اسیر تصویری زمخت و نمور از زندگی دانشمند فقیر در قاب ذهن مان شده ایم. مگر می شود آدمیزاد، دانشمند باشد و همزمان فقیر؟ مگر حکیم فردوسی هزار سال پیش نگفته بود: «توانا بود هر که دانا بود؟»

بنابراین، اقتصاد خلاق و صنایع فرهنگی، بیش از آنکه به اقتصاد پرتنش و ناپایدار تکیه کند، به فرهنگ مانا و ریشه دار وابسته است. فرهنگ، سرچشمه همه رویش ها و پرورش هاست. پس اقتصادی شکوفا و باثبات خواهد بود که بر پایه های فرهنگی قدرتمند، بنا شده باشد.

بسیار ساده است؛ ما کشوری با قدمت و تجربه طولانی هستیم. چیزهای زیادی به دنیا آموزانده ایم. دستاوردهای پرشماری را به بشریت تقدیم کرده ایم. تغییرات شگرفی را در جهان هستی، ساخته ایم. حالا هم می توانیم، رشد و شتاب علمی مان در این چند سال، روزنه های امید را به روی مان گشوده است. ریشه هایمان همچنان در خاک دانایی و توانایی، محکم دویده شده است.

طبیعت، عاقل نیست اما منطقی دارد. یعنی هر آنچه که در نهادش گذاشته شده است را عملیاتی می کند. انسان عاقل است و خالق؛ هر آنگاه که با منطق طبیعت در آمیخته، توانسته است شاهکارهای بسیار بیافریند. اقتصاد خلاق، بر همین بساط اگر خوش بنشیند، روایهای بسیاری را می تواند بر سمند واقعیت بنشاند. غربی ها در این عرصه، از ما جلوترند. اما جای امیدش آنجاست که آنها مبدع نبوده اند بلکه از روی دست ملت هایی همچون ما ایرانیان، راه های پیشرفت را آموخته اند و در حقیقت رهروان خوبی بوده اند. ما که خود، بشارت دست به آسمان ساییدن را از فخر عالم و پیامبر دانایی ها، دریافته ایم، اینک نمی باید که تنها دنباله روی رهروان دستاوردهایمان باشیم. بلکه می باید راه های جدید بسازیم و بشناسانیم.

خلاقیت ایرانی، اتفاقی نیست. خلاقیت ایرانی مختص نسلی خاص یا شکوفیده در سال های محدودی نیست. خلاقیت ایرانی برگرفته توحید و تلاش انسانی است که همواره در چهارراه حوادث تاریخ، پشت اش خم نشده است و در مقابل تندباد دگرگونی ها، منعطف مانده و شکسته نشده است.

در این روزهایی که زیست بوم کارآفرینی و نوآوری، شکل و شمایل واقعی اش را دارد به خود می گیرد، جای آن است که با جدی تر گرفتن اقتصاد خلاق و پاشاندن رنگ پرذوق بومی، عمارت های پرشکوه دوران طلایی اسلام را بازسازی کنیم و به رخ دیگران بکشانیم.

اینک زمان تقلید نیست. زمان بازسازی است. پس لازم است که «زیست بوم یادآوری و بازسازی» را کلید گذر از دشواری ها بدانیم و از گذرگاه های صعب، عبور کنیم. اقتصاد خلاق، مهم ترین درسی که به ما خواهد آموخت این است که یادآوری کند «ما ایرانی هستیم».





جایزه نوآفرین ۹۸

فراخوان اولیه جایزه نوآفرین

تقدیر و معرفی شرکت های خلاق موفق و برتر در میان حوزه های تشکیل دهنده برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق. با در نظر گرفتن شاخص هایی چون تنوع محصول، فروش، نوآوری و خلاقیت، اولویت های حل معضلات اجتماعی و مشکلات اساسی کشور و... جزئیات این جایزه متعاقباً منتشر خواهد شد
منتظر خبرهای تکمیلی باشید



۱

معرفی برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق در قالب سوالات متداول

◀ موضوعیت برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق چیست؟

برنامه ریزی، ایجاد و ارائه راهکارهای سیاستی و حمایتی در حوزه‌ی شرکت‌های خلاق

◀ شرکت‌های خلاق به چه شرکت‌هایی گفته می‌شوند؟

شرکت‌هایی که جوهره رشد آنها خلاقیت و نوآوری برای ارائه محصولات و خدمات جدید و مدل‌های نوین کسب و کار در سطح بازار هدف می‌باشد و رشد و توسعه محصولات و خدمات ایشان بر خلاف شرکت‌های دانش بنیان محصولاتی مبتنی بر فناوری پیشرفته نیست.

◀ منظور از مدل‌های نوین کسب و کار در تعریف شرکت‌های خلاق چیست؟

عبارت است از خلق مزیت رقابتی مبتنی بر نوآوری در مدل کسب در آمد، کاهش هزینه‌ها، مدیریت زنجیره تامین، بازاریابی، متمایزسازی محصولات و سایر فعالیت‌هایی که منجر به ساختارهای جدید در الگوی کسب و کار بنگاه می‌شود.

◀ حوزه‌های شرکت‌های خلاق که در برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق پیش‌بینی شده‌اند کدام هستند؟

- ◀ کسب و کارهای دیجیتال و فضای مجازی
- ◀ صنایع دیداری و شنیداری
- ◀ میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
- ◀ هنرهای تجسمی و هنرهای نمایشی
- ◀ بازی، اسباب‌بازی و سرگرمی
- ◀ طراحی و معماری
- ◀ نشر، چاپ و کتابخانه

◀ گیاهان داروئی و طب سنتی

◀ شاخص‌های الزامی جهت پذیرش شرکت‌های خلاق چیست؟

◀ دارا بودن یکی از شخصیت‌های حقوقی قابل ثبت در نظام قانونی کشور

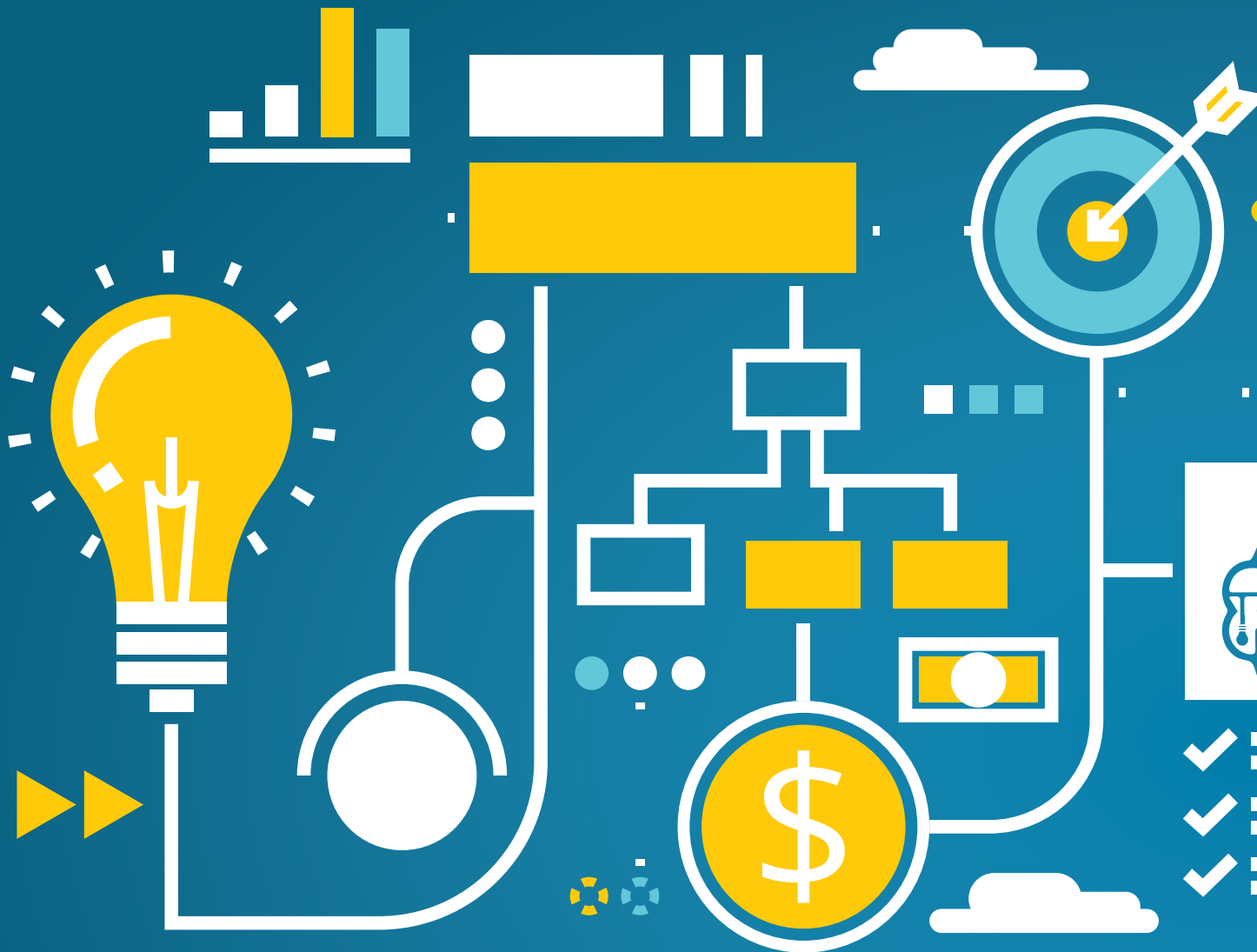
◀ محصول / خدمت ارائه شده توسط شرکت باید حداقل در کشور نوآورانه باشد و سطح متمایزی نسبت به فعالیت‌های مشابه داشته باشد.

◀ اثربخشی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در سطح جامعه

◀ محصول و خدمت معرفی شده دانش بنیان نباشد

◀ خصوصی بودن شرکت

◀ نحوه پذیرش شرکت‌های خلاق چگونه است؟
◀ مراجعه به سایت برنامه به نشانی ircreative.isti.ir



◀ آیا امکان درخواست دانش بنیان / خلاق شدن برای یک محصول یا خدمت بصورت همزمان وجود دارد؟

بله؛ شرکت‌ها می‌توانند به صورت همزمان در خواست دانش بنیان و یا خلاق شدن محصول / خدمت خود را به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اعلام نمایند

◀ آیا محصول / خدمت می‌تواند از خدمات خلاق و دانش بنیان بصورت همزمان برخوردار شود؟

خیر، فقط در یک زمینه خدمات تخصیص داده خواهد شد. لذا محصول خلاق که دانش بنیان هم شده است می‌بایست انصراف خود را در یکی از زمینه‌های حمایتی (دانش بنیان یا خلاق) اعلام نماید.

خدمات، تسهیل فضای کسب و کار و پشتیبانی مالی و جذب سرمایه از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به شرکت‌های خلاق پذیرفته شده اختصاص پیدا خواهد کرد.

◀ محصولات و خدمات خلاق از چه حمایت‌هایی برخوردار خواهند شد؟

حدود نیمی از خدمات شرکت‌های دانش بنیان، از سوی معاونت علمی و فناوری برای ارائه به شرکت‌های خلاق نیز منظور شده است.

◀ آیا محصول خلاق می‌تواند دانش بنیان شود؟
بله؛ پس از ارائه درخواست و انجام ارزیابی‌های مربوط می‌تواند از خلاق انصراف داده و دانش بنیان شود.

و تکمیل کاربرد آنلاین در بخش ثبت نام سایت و پیگیری از وضعیت پذیرش یا کادر هگیری دریافتی در زمان ثبت نام لینک ثبت نام: <http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=51>

◀ معرفی شرکت‌های خلاق از سوی مبادی معرفی کننده شرکت‌های خلاق

◀ آیا شرکت‌های دانش بنیان هم می‌توانند محصولات و خدمات خود را معرفی نمایند؟

بله. برای سایر محصولات و خدمات شرکت‌های دانش بنیان که دانش بنیان نشده‌اند، این امکان پیش‌بینی شده است.

◀ محصولات و خدمات خلاق از چه حمایت‌هایی برخوردار خواهند شد؟

خدماتی در سه حوزه توسعه بازار محصولات و



۳ مبادی معرفی کننده شرکت های خلاق

به منظور تسریع در احراز صلاحیت شرکت های خلاق، مجموعه های متخصص در حوزه های مرتبط پس از احراز صلاحیت، به عنوان مبادی معرفی شرکت های خلاق به دبیرخانه برنامه معرفی می شوند. در سال ۱۳۹۷ تعداد ۴۶ مبادی معرفی شرکت های خلاق در حوزه های



۲

۴ خدمات برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق و آمار خدمات سال ۹۷

آمار شرکت های خلاق تا پایان سال ۹۷

از آغاز اجرای برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق، تاکنون، تعداد ۴۶ مبادی و ۳۰۰ شرکت به عنوان شرکت خلاق تایید شده اند که مطابق با حوزه های معین شده در آئین نامه مصوب، آمار در صدی آنها به تفکیک زیر است:

تعداد شرکت ها: ۳۰۰

تعداد مبادی: ۴۶



با توجه به بروزسانی متناوب این آمار، لینک آخرین آمار را مشاهده کنید

لیست شرکت ها:

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=112>

لیست مبادی:

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=54>

توانمندسازی شرکت های خلاق در حوزه های کسب و کار:

- <http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=81>
- کارگاه آموزشی راهنمای عملی تنظیم اظهارنامه مالیاتی (تیرماه ۹۷)
- آموزش بازاریابی محتوا (شهریور ماه ۹۷)
- روش های تامین مالی و صادراتی (مهرماه ۹۷)
- توسعه فروش با استفاده از تکنیک های بازاریابی میدانی (آذر ماه ۹۷)
- چرایی ورشکستگی شرکتها باهدف بیان اهمیت تحقیقات بازاریاب مشوره و آموزش (آذرماه ۹۷)
- اصول مذاکره و فنون زبان بدن (آذر و دی ۹۷)
- آشنایی با مالیات ارزش افزوده و گزارشات فصلی (دی ماه ۹۷)
- کارگاه آموزشی «بازی با استراتژی های بازاریابی و بازاریابی دیجیتال» (بهمن ماه ۹۷)
- کارگاه آموزشی بیمه و تضمین در قراردادهای (بهمن ماه ۹۷)
- کارگاه آموزشی «فرآیند تامین مالی برای استارت آپ ها» (بهمن ۹۷)
- نشست آموزشی بررسی چالش ها و مشکلات تامین ارز و نقل و انتقال ارزی (بهمن ۹۷)
- نشست آموزشی آشنایی با صادرات محصولات به کشور چین (بهمن ۹۷)
- کارگاه آموزشی صادرات و سرمایه گذاری در عراق (اسفند ۹۷)
- کارگاه آموزشی «تجربه طراحی کمپین در یک روز کاری» (اسفند ماه ۹۷)
- کارگاه آموزشی گیمیفیکیشن و کاربرد آن در کسب و کار (اسفند ماه ۹۷)

حمایت از حضور شرکت های خلاق در نمایشگاه های

داخل منتخب: <http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=69>

خارجی منتخب: <http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=82>

- نمایشگاه اینوتکس ۲۰۱۸ (تیر ۹۷)
- رویداد بین المللی TGC (تیر ۹۷)
- نمایشگاه بین المللی ال کامپ ۹۷ (مرداد ۹۷)
- نمایشگاه ملی صنایع دستی (شهریور ۹۷)
- نمایشگاه صنایع دانش بنیان، خلاق و فناور (مهر ۹۷)
- جشنواره و نمایشگاه بین المللی ربع رشیدی تبریز (آبان ۹۷)
- جشنواره ملی اسباب بازی (آذر ۹۷)
- جشنواره بین المللی انیمیشن اتاوا (کانادا)
- نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای توکیو
- رویداد بین المللی بازی های رایانه ای سوئد
- نمایشگاه بین المللی صنایع خلاق اصفهان (آذر ۹۷)
- نمایشگاه بین المللی معماری و دکوراسیون داخلی (میدکس) (دی ۹۷)
- نمایشگاه بین المللی تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته (دی ۹۷)
- نمایشگاه بین المللی گردشگری و صنایع وابسته (بهمن ۹۷)
- نمایشگاه ملی صنایع دستی (اسفند ۹۷)

حمایت از برگزاری رویدادهای حوزه صنایع خلاق:

- استارت آپ و یکند گردشگری خراسان رضوی (شهریور ۹۷)



رویداد، جشنواره و برنامه های معتبر بی المللی
ستادهای توسعه فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

مشاهده لیست مبادی

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=54>



ثبت نام مبادی

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=52>

زیر توسط دبیر خانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق به ثبت رسیدند
تأثیرات های خلاق زیر مجموعه خود را به این دبیر خانه معرفی کنند.

مراکز شتابدهی و نوآوری

صندوق های سرمایه گذار خطر پذیر

سازمان ها و نهادهای توسعه کسب و کار

تسهیل گران کسب و کار

مراکز رشد

تسهیل در صدور ضمانت نامه

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=76>

ارائه ضمانتنامه مالی با همکاری صندوق توسعه همکاری های بین المللی فناوریانه ایرانیان و شرکت توسعه مبادلات و صندوق کریمه به شرکت های خلاق در سال ۹۷

تسهیلات طرح اشتغال پایدار روستایی

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=74>

آغاز، جذب طرح های حوزه روستایی برای ارجاع به معاونت روستایی بر اساس توافق با معاونت توسعه روستایی و جناب آقای دکتر دلیری در سال ۹۷

تسهیلات ویژه طرح فانوس

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=223>

ارائه تسهیلات مالی و زیرساختی به شرکتهای خلاق سهیم در توسعه اشتغال اقشار آسیب پذیر بر اساس تفاهم با کمیته امداد امام خمینی (ره) در بهمن ۹۷

استقرار در پارک های علم و فناوری

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=120>

استقرار شرکت خلاق در پارک ملی صنایع خلاق و فرهنگی دانشگاه علم و فرهنگ در سال ۹۷

استقرار در اماکن با کاربری مسکونی

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=72>

معرفی ۵ شرکت خلاق به شهرداری تهران در سال ۹۷

حمایت از تدوین گزارشات تحقیقات بازار

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=68>

ارائه یارانه تدوین گزارش تحقیقات بازار در سال ۹۷ فعال شده است.

پیشخوان های مشاوره

فراهم شدن این خدمات با فعال سازی سامانه bizservices.ir در سال ۹۷

پیشخوان مشاوره بیمه و مالیات

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=210>

پیشخوان مشاوره حقوقی و مالکیت فکری

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=219>

پیشخوان مشاوره توسعه بازار و فروش

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=221>

پیشخوان مشاوره عمومی مدیریت

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=226>

پیشخوان مشاوره ارزیابی و توسعه محصول

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=229>

پیشخوان مشاوره توسعه فنی محصول

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=230>

توسعه صادرات محصولات خلاق

فراهم شدن این خدمات با فعال سازی سامانه bizservices.ir در سال ۹۷

تسهیل در اعزام و پذیرش هیئت های خارجی

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=218>

مشاوره صادرات و واردات

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=220>

ارزیابی آمادگی صادرات

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=225>

جشنواره کالای فرهنگی جایزه فیروزه (دی ۹۷)

رویداد نوگام صنایع خلاق (پارک سیستان و بلوچستان) (مهر ۹۷)

چهارمین جشنواره ملی اسباب بازی (آبان ۹۷)

دومین جشنواره سرگرم آموز (آبان ۹۷)

رویداد کار آفرینی اسلوب (آذر ۹۷)

رویداد استارتآپی ایدوکار (آذر ۹۷)

رویداد مسابقه استارتآپی دانش آموزش (ایده ران) (آبان ۹۷)

جشنواره مسابقات ملی طراحی صنعتی (آیدیران) (دی ۹۷)

رویداد شتاب آذربایجان غربی (روشا) (آذر ۹۷)

نمایشگاه صنایع خلاق اصفهان (آذر ۹۷)

رویداد هنر سو (دی ۹۷)

اولین نمایشگاه و نشست شرکت های خلاق در کمیته امداد امام خمینی (ره) (بهمن ۹۷)

رویداد آموزشی چهارسوق (بهمن ۹۷)

رویداد مسابقات ملی آموزشی نادکاپ شریف (اسفند ۹۷)

حمایت تبلیغاتی و ترویج شرکت های خلاق در رسانه زیست بوم خلاق:

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=228>

ساخت ۸ مستند تبلیغاتی از شرکت های خلاق (نمایشگاه الکامپ - مرداد ۹۷)

ساخت ۲۱ کلیپ کوتاه تصویری از شرکت های خلاق (نمایشگاه کمیته امداد - بهمن ۹۷)

تهیه مصاحبه متنی با ۱۱ شرکت خلاق و درج در فصلنامه های سال ۹۷ زیست بوم خلاق

تهیه مصاحبه متنی با ۶ مورد از مبادی معرفی شرکت های خلاق و درج در فصلنامه های

سال ۹۷ زیست بوم خلاق

معرفی ۸ سامانه و اپلیکیشن خلاق در فصلنامه های سال ۹۷ زیست بوم خلاق

نشست ها و دوره های تخصصی کسب و کار (رایگان)

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=217>

نشست پرسش و پاسخ بررسی چالش ها و مشکلات تلین از رونقل و انتقال ارزی (بهمن ۹۷)

نشست صادرات محصولات به چین (بهمن ۹۷)

نشست بررسی مالکیت فکری در شرکت ها (دی ۹۷)

نشست دیجیتال مارکتینگ در توسعه صادرات محصولات (آبان ۹۷)

نشست هم اندیشی بررسی فرصت ها و چالش های سرمایه گذاری در صنایع خلاق (شهریور ۹۷)

نشست ارائه مدل موفق صادرات محصولات نرم افزاری بامدل Re-Branding (آلمان) (اسفند ۹۷)

مزایای بیمه تکمیلی و سایر خدمات رفاهی

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=71>

استفاده از خدمات بیمه دانا و همکاری شبکه نوآوری تهران

استفاده از خدمات بیمه تکمیلی با همکاری شرکت تأمین اطمینان

تسهیلات تخصصی نظام وظیفه

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=70>

معرفی ۱۸ نفر از پرسنل شرکت های خلاق به بنیاد ملی نخبگان در سال ۹۷

سرمایه گذاری خطر پذیر

<http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=75>

همکاری با دفتر تأمین مالی و سرمایه گذاری و سامانه کارن کرود برای ایجاد پلتفرم بانک

طرح های خلاق، ارزیابی طرح ها، ارائه به سرمایه گذاران (ارائه ۱۰ طرح متقاضی سرمایه به سامانه

در فراخوان اولیه) (بهمن ماه ۹۷)



توافقات و همکاری‌ها با دستگاه‌های اجرایی در سال ۹۷



ارتباط و ایجاد تفاهم با دستگاه‌های اجرایی، جهت بهره‌مندی شرکت‌های خلاق از خدمات و امکانات این دستگاه‌ها:

سازمان مدیریت صنعتی	۳
اتاق تعاون ایران	۴
معاونت توسعه روستایی ریاست جمهوری	۵
شهرداری تهران	۶
معاونت فرهنگی وزارت ارشاد اسلامی	۷
معاونت توسعه اشتغال و بهره‌وری نیروی کار وزارت کار	۸
وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	۹
وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی	۱۰
سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	۱۱
صندوق توسعه همکاری‌های بین‌المللی فناوریانه ایرانیان	۱۲
سازمان اوقاف و امور خیریه	۱۳
سازمان توسعه تجارت	۱۴
موسسه آینده سازان وابسته به وزارت آموزش و پرورش	۱۵
وزارت ورزش و جوانان	۱۶
سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی	۱۷
مرکز آموزش‌های بازرگانی	۱۸
وزارت کشور	۱۹
بنیاد ملی نخبگان	۲۰
بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای	۲۱
صندوق کارآفرینی امید	۲۲

جهاد دانشگاهی	۱
سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای	۲



توسعه اشتغال اقشار آسیب پذیر با اجرای طرح فانوس

به منظور توسعه اشتغال اقشار آسیب پذیر تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) و رونق کسب و کارهای نوین در حوزه صنایع خلاق و دانش بنیان و توسعه اشتغال با مشارکت شرکت های خلاق و دانش بنیان، تفاهم نامه همکاری میان حجت الله عبدالملکی معاون اشتغال و خودکفایی کمیته امداد امام خمینی (ره) و سید محمدحسین سجادی نیری دبیر ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در بهمن ماه ۱۳۹۷ امضا شد.

به منظور معرفی ظرفیتهای شرکتهای خلاق و دانش بنیان در زمینه توسعه کسب و کار و اشتغال و نیز کمیته امداد امام خمینی (ره) در زمینه توان نیروی انسانی ماهر و متخصص مددجویان و پشتیبانی های کیده امداد امام خمینی (ره) از شکل گیری و توسعه کسب و کارهای مددجویان، نمایشگاه و همایشی با حضور تعدادی از شرکتهای خلاق و مدیران و کارشناسان کمیته امداد امام خمینی (ره) در تاریخ ۱۶ بهمن ماه در محل کمیته

امداد برگزار گردید.

در بخش نمایشگاهی شرکتهای حاضر در برنامه محصولات و خدمات و شرایط شکل گیری و فعالیت خود را عرضه نمودند.

در بخش همایش نیز مدیران برخی از شرکتهای خلاق و دانش بنیان، شتابدهنده ها و صندوق های پژوهش و فناوری، به بیان تجربیات خود در زمینه ایجاد کسب و کارهای خلاق و نقش آنها در توسعه اشتغال و نیز خدمات شتابدهنده ها و صندوقهای پژوهش و فناوری در توانمندسازی تیم های مبتکر و استارت آپها و حمایت از تجاری سازی محصولات و خدمات آنان، پرداختند.

در حین برگزاری این نشست، به سوالات حضار و مدیران و کارشناسان کمیته امداد امام خمینی (ره) پاسخ داده شد.

در حاشیه این برنامه ها تفاهم نامه همکاری بین معاونت اشتغال و خودکفایی کمیته امداد امام خمینی (ره) و ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی

و فناوری ریاست جمهوری، به امضاء رسید.

برخی از عناوین مهم این تفاهم عبارت بود از:

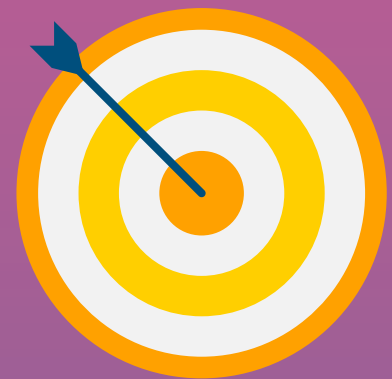
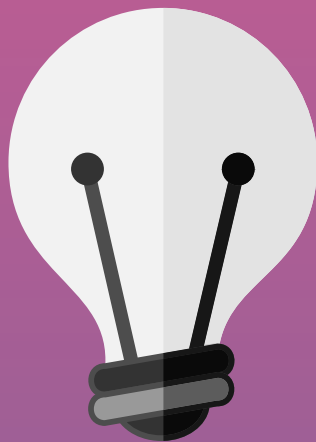
- ← معرفی و در اختیار نهادن ظرفیت های کمیته امداد نظیر: مکان فعالیت استارت تاپ ها، تجهیزات، فروشگاه، کارگاه، مزرعه، زیر ساخت مجازی و...
- ← ارائه مشوق به شرکتهای خلاق و دانش بنیان متناسب با همکاری آنان در توسعه اشتغال مددجویان.
- ← همکاری در تاسیس شتابدهنده ها، مرکز نوآوری و صندوق پژوهش و فناوری به منظور پشتیبانی از فرایند تجاری سازی محصولات و خدمات افراد تحت پوشش.
- ← همکاری در تامین مالی و جذب سرمایه برای اجرای طرح های اشتغال زا در طرح فانوس
- ← صدور مجوز شرکت خلاق برای کسب و کارهای حقوقی شکل گرفته در مسیر اجرای طرح فانوس
- ← لازم به ذکر است در اجرای این تفاهم نامه، دبیرخانه دائمی طرح فانوس، پیگیری و اجرای مفاد تفاهم نامه را پیگیری می نماید.



مدل های حمایتی از صنایع خلاق و فرهنگی در برخی از کشورهای توسعه یافته

S u p p o r t i v e M o d e l

کشورهای اروپایی و ایالات متحده زودتر از تمام جهان به ارزش صنایع خلاق پی بردند. آن‌ها فهمیدند که سرمایه‌گذاری روی این کسب و کارها می‌تواند برای نظام اقتصادی سودآوری داشته باشد. اروپا منابع محدودی دارد. نفت و فرآورده‌های نفتی ندارد و مهم‌تر از همه در بسیاری از کشورها پیری جمعیت اتفاق افتاده و نیروی کار کم شده است. اما چگونه هنوز سرپا و زنده هستند و روز به روز پیشرفت می‌کنند؟ جواب ساده است: آن‌ها می‌دانند کجا و چه زمانی باید از چه فعالیت‌هایی حمایت کنند تا رشد کنند و در بازار جهانی به سودآوری برسند. می‌خواهیم در اینجا به آلمان بپردازیم و مدل حمایتی آن را کامل بررسی کنیم و از راهکارها و مدل‌های حمایتی که در آمریکا برای صنایع خلاق وجود دارد نیز خواهیم گفت.



وبازدهی صنایع بود و بانک‌ها مطابق نظر شبکه، میزان وام را تعیین می‌کردند و در مدت کمی به کارآفرینان تخصیص می‌دادند. آن‌ها نیروی کار هم می‌توانستند در این شبکه پیدا کنند. بسیاری از کسب و کارها در ابتدای کار با مشکل کمبود نیروهای حرفه‌ای مواجه هستند. در حقیقت آن‌ها سیستمی بین کارآفرینان و نیروهای کار ایجاد کردند تا کارها در روالی کاملاً اصولی جلوتر برود. حقوق‌ها در این سیستم کاملاً مطابق استانداردها بود کارآفرینان و نیروهای کار شکایتی از این بابت نداشتند. مشاوران کسب و کار نیز بعدها به این سیستم حمایتی اضافه شد. مشاورهایی که به این کسب و کارهای نوپا مسیر و جهت می‌دادند تا

نقاط آلمان کارآفرینانی که سعی داشتند تا کسب و کار خود را ایجاد کنند و گسترش دهند به عضویت آن درمی‌آمدند. کار این شبکه شناسایی صنایع خلاق و پربازده بود تا بتوانند آن‌ها را در مسیری منطقی وارد دنیای صنعت کنند. البته آن‌ها هیچ نقشی در نحوه مدیریت و حتی در آمدزایی این شرکت‌ها نداشتند و صرفاً به آن‌ها میدان می‌دادند تا راحت‌تر آغاز به کار کنند. بانک‌ها مستقیماً با این شبکه در ارتباط بودند. انواع وام کارآفرینی بلندمدت مطابق نظر این شبکه‌ی کارآفرینان به آن‌ها تعلق می‌گرفت. پس وظیفه‌ی شبکه کارآفرینی سنجش کیفیت

آلمان و حمایت از کارآفرینان به شیوه‌ی اروپایی

وزارت اقتصاد و انرژی آلمان در بیانیه‌ای اعلام کرد که از این پس تمام کارآفرینان و صنایع خلاق می‌توانند از مزایای ویژه‌ی دولتی بهره‌مند شوند. آن‌ها یک اکوسیستم سالم ساختند و سرمایه را به صورت کارشده و کاملاً منطقی به این صنایع تزریق کردند تا جان بگیرند. اما شیوه‌ی خاص آن‌ها چه بود و چگونه به این مدل حمایتی نظمی اروپایی دادند تا همه چیز طبق برنامه جلوتر برود؟ آن‌ها یک شبکه ساختند. در حقیقت یک سازمان با نام شبکه‌ی کارآفرینان که از تمام



که حالا همه چیز زیر نظر دولت بود. علاوه بر آن دولت در زمینه‌ی ایجاد منابع مالی برای کسب و کارها نیز فعالیت داشت. به کسب و کارها اجازه می‌داد تا راحت‌تر با بازار جهانی در ارتباط باشند و بدون هیچ محدودیتی بتوانند مواد اولیه کار خود را از سایر نقاط جهان وارد کنند. این باز بودن فضا و اکوسیستم، موجی از افراد خلاق را وارد بازار کسب و کار و صنعت کرد. این برنامه به دهه‌ی ۳۰ میلادی برمی‌گردد. حتی آن زمان که هنوز دنیای آنلاین وجود نداشت نیز آمریکا مدلی برای حمایت از کسب و کارها و صنایع خلاق داشت.

استفاده کنند. کم‌کم سرمایه‌گذاران نیز به این مجموعه وارد شدند و حالا صناعی که در جذب سرمایه‌گذار مشکل داشتند هم با خیال راحت می‌توانستند سرمایه‌گذارها را پیدا کنند. حالا این مدل گسترش یافته و قدرتمندتر هم شده است اما اصول و اساس آن همچنان بابر جاست و روز به روز تقویت می‌شود.

مطابق آن حرکت کنند. می‌توان گفت سیستم حمایتی آلمان از صنایع خلاق و فرهنگی در سه حیطة‌ی مشخص بود:

- ← مشاوره
- ← شبکه‌سازی
- ← مسائل مالی

و چهار هدف مهم داشت:

- ← تطبیق کسب و کار با دنیای صنعت
- ← رویکردهای بازار
- ← بررسی امکان گسترش صنایع
- ← آموزش تحلیل و بررسی کسب و کار

دولت فدرال طرح‌های تشویقی رانیز به راه انداخت تا کسب و کارهایی که در زمانی خاص با مشکل مواجه بودند بتوانند از این طرح‌ها بهره ببرند و در ضمن کسب و کارهایی که رشد خوبی داشتند می‌توانستند برای توسعه‌ی کسب و کارشان از این طرح‌ها

جمع بندی

صنایع خلاق و کسب و کارهای نوپا به حمایت نیاز دارند. سالانه صدها و حتی هزارها کسب و کار با هزاران امید و آرزو شروع به کار می‌کنند اما با کارشکنی‌ها و تصمیمات نابجا و عدم تخصیص بودجه‌ی کافی به این بخش نابود می‌شوند. کشورهای اروپایی و ایالات متحده از دهه‌ها قبل به این فکر افتادند و مدل‌های حمایتی خاص را با نظارت و مهندسی ایجاد کردند تا این کسب و کارها بتوانند پیشرفت کنند و حتی در ادامه‌ی مسیر نیز از آن‌ها پشتیبانی می‌کرد تا بتوانند بازار خود را گسترش دهند. حالا یک سوال: به نظر شما مدل حمایتی مناسب برای صنایع خلاق و فرهنگی در ایران چگونه باید باشد؟



صنایع خلاق و

کسب و کارهای

نوپا به حمایت نیاز

دارند. سالانه صدها

و حتی هزارها کسب

و کار با هزاران

امید و آرزو شروع

به کار می‌کنند اما

با کارشکنی‌ها و

تصمیمات نابجا

و عدم تخصیص

بودجه‌ی کافی به

این بخش نابود

می‌شوند

ایالات متحده‌ی صنایع خلاق

آمریکا آرمانشهر کارآفرین‌هاست. یک آمار جالب: به گزارش اکونومیست از سال ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۴ ماهانه ۵۵۰۰۰۰ کسب و کار کوچک در ایالات متحده ایجاد شده‌اند. بسیاری از آن‌ها رشد کردند و تبدیل به کسب و کارهای بزرگ شدند. فیسبوک، آمازون و گوگل محصول این دوره هستند. در حقیقت آمریکا اولین کشوری بود که مدیریت در حوزه‌ی صنایع خلاق را ایجاد کرد. آن‌ها نیز یک سیستم برای جذب نیروی کار و کارآفرینان ایجاد کردند. با این تفاوت



کاربر درخواست دهنده برسونه و کمک های لازم رو در جهت رفع مشکلش انجام بده.

خدمات این سامانه رو لطفاً ببینید

سامانه هوشمند چارچرخ در واقع دو نوع خدمت به کاربران خودش ارائه می کنه تا بتونه همیشه در کنار شما باشه. ما در وهله اول قراره برای مدیریت و نگهداری خودرو و تون کنیم. با واردن کردن اطلاعات خودرو و تون از یادآوری سرویس های دوره ای خودرو با عنوان "یاداآور" استفاده کنید و همچنین در کنار آن از آموزش رفع نواقص ابتدایی خودرو تحت عنوان "چراغ خاموش" هم بهره مند بشید. نوع دوم خدمات ما در واقع پس از ایجاد مشکل در خودرو سامانه برای رفع اون وارد عمل میشه ممکنه مشکل شما با معرفی یک تعمیرگاه یا فرستادن یک امدادگر سیار متخصص در محل مرتفع بشه که سامانه در جهت رفع مشکل اعزام میکنه. اگر خودرو مشکل حادتری رو داشته باشه که امکان رفع اون در محل فراهم نباشه چارچرخ نزدیکترین خودروبر رو به محل اعزام میکنه تا خودرو رو به یک مرکز تعمیرات مطمئن اعزام کنه. هدف نهایی ما در یک کلام "دسترسی آسان عموم به سرویس و تعمیر خودرو شخصی با بهترین کیفیت و صرف کمترین زمان و هزینه" است.

در کدام شهرهای ایران سامانه شما فعاله؟

خدمات مدیریت خودروی مادر اختیار همه مردم در هر جای ایران یا حتی دنیا که باشند، قرار داره. ولی خدمات امدادی مادر حال حاضر تمامی مناطق ۲۲ گانه تهران بعلاوه شهرهای حومه همچون دماوند، بومهن، رودهن، منطقه لواسان،

سفر نوروزی امن با چارچرخ (سامانه مدیریت و خدمات خودرو)

شرکت ویرافن آوری سورن در اردیبهشت سال ۱۳۹۷ جهت ارائه نرم افزار خدمات خودرو ثبت گردید. از همان ابتدا یک تیم متخصص در زمینه ایده پردازی، مدیریت کسب و کار و توسعه نرم افزار تشکیل شد و به طراحی فرایندها و پیاده سازی اپلیکیشن پرداخت. در تمامی مراحل در نظر گرفتن نیاز کاربر و شناخت بازار و رفع دغدغه های موجود در حوزه خدمات خودرو اولویت اول تیم چارچرخ بود. مهرداد صادفرازه، سامان موسوی، رضا آقارحیمی و سهراب مستقیم بنیانگذاران این مجموعه هستند که در خصوص نحوه پیدایش چارچرخ و علت انتخاب این حوزه برای ایجاد کسب و کار می گویند:

چارچرخ چیه و چگونه کار می کنه؟

چارچرخ رو بطور خلاصه میشه "سامانه هوشمند مدیریت و خدمات خودرو" تعریف کرد. چارچرخ قراره به ما کمک کنه که با وجود همه دغدغه های روزمره زندگیمون تو این شلوغیا حداقل کمتر دغدغه خودرومون رو داشته باشیم. چارچرخ در واقع یه پلتفرم واسط هست و از طریق رابط کاربری که شامل یک اپلیکیشن برای کاربران و یک اپلیکیشن برای امدادگرا هست، کار میکنه. کاربر میتونه با دانلود و نصب اپلیکیشن و وارد کردن مشخصات خودروی خودش، در درجه اول به نگهداری هر چه بهتر خودروش کمک کنه و در درجه دوم ما رو از طریق اپلیکیشن در کنار خودش احساس کنه تا اگه احوال روزی روزگاری خدای

نکرده خودروتون به مشکل برخورد ما بتونیم با کمک سریع و به موقع و با کیفیت، شما رو از دردسرهای احتمالی خرابی خودروتون نجات بدیم یا حداقل بتونیم در حد توانمون برای رفع مشکل پیش اومده کنارتون باشیم. همونجوری که گفتیم ما یه پلتفرم واسطیم که کاربرانمون رو از طریق اپلیکیشن خودمون به متخصصین حوزه خودرو متصل میکنیم. کاربر در صورت بروز هر گونه مشکل در زمینه خودرو در خواستش رو در اپلیکیشن مطرح میکنه و اپلیکیشن نزدیکترین و بهترین تعمیرگاه، خودروبر، امدادگر و... رو به کاربر معرفی میکنه و از اینجا به بعد سمت دیگه پلتفرم کار خودش رو شروع میکنه و سعی میکنه تا در کمترین زمان ممکن با تجهیزات و امکانات لازم خودش رو به





یکی دیگر از دغدغه‌های ما در این استار تاپ فراهم آمدن بستری برای اشتغال زایی بیشتر برای افرادیست که در زمینه خدمات خودرو فعالیت می‌کنند بخصوص نیروهای جوان و کسانی که به تازگی دوره‌های فنی و حرفه‌ای را پشت سر گذاشته‌اند. نیروهای جوانی که حال بواسطه تخصص فنیشان در زمینه خدمات خودرو تنها با داشتن یک گوشی هوشمند تلفن همراه و یکی موتورسیکلت می‌توانند برای خود بستر کاری متناسب با شرایط زمانی و مکانی مختص خود بوجود آورند.

برنامه شما برای پیشرفت این سامانه در حد سایر پلتفرم‌های پرمخاطب ایران چیست؟

میتونیم بگیریم که گام بلند بعدی که برای پیشرفت نیاز داریم این است که بتونیم به طور گسترده وارد فاز تبلیغات بشیم و بازار یابیمون رو به شکل وسیع تری انجام بدیم. ایمان داریم که اگر اطلاع رسانی وسیعی به عموم مردم صورت بگیرد و از خدمات ما آگاه بشن، از خدمات ما استقبال میکنند.

موفقیت‌های کسب کرده مجموعه شما با این سامانه را بیان بفرمایید؟

بدون شک بزرگترین و بارزترین موفقیت چارچرخ، تک تک امداد رسانی‌هایی است که تا این لحظه افتخار داشتیم به شهروندانمون ارائه بدیم. فکر نمیکنیم که در کنار هر عنوانی که تا به حال کسب کردیم مثل کسب عنوان شرکت خلاق یا هر عنوانی که در آینده کسب خواهیم کرد، هیچ موفقیتی بتونه مثل کمک به مردم و همراهی‌شون اون هم در شرایط خاص و اضطراری برای ما جذاب باشه.

به نیاز واقعی مردم و بازار از طریق نظرسنجی‌های مختلف از هر دو سمت پلتفرم هیچ کاری رو آغاز نکنیم، به هر حال در مواردی به دلایل مختلف از قبیل تغییر در پارامترهای اساسی و کلیدی صنعت خودرو و تعمیرات خودرو، نیاز کاربران با توجه به پیشرفت و بهبود خدمات آنلاین و... تغییراتی رو در استار تاپ خودمون اعمال کردیم.

میزان بازار و مشتریان شما به چه میزانه؟
شاید بیان چند عدد ساده بتواند ذهن همه رو در این باره روشن کند. بیش از ۲۰ میلیون خودرو در کشور وجود دارد که سهم تهران از این بین ۴ میلیون خودرو به اضافه ۱ میلیون خودرو هست که از اطراف وارد تهران می‌شوند که این مقدار خودرو در کشور بیش از ۲۰ میلیون ثبت شده است. اگر بخواهیم از زاویه ارقام مالی به موضوع نگاه کنیم، گردش مالی صنعت خدمات خودرو و شامل تعمیرات و قطعات رقمی بالغ بر ۱۲۰۰ میلیارد تومان در روز است.

مهمترین عوامل پیشرفت شما چی بوده؟
شاید بتونیم مهم‌ترین عامل پیشرفتمون رو تا اینجا کار وجود همبستگی بین بچه‌های تیم نام برد. این همبستگی و همدلی و همفکری و کار تیمی باعث شده که بتونیم تا اینجا کار رو بطور خوبی پیش ببریم. عامل دیگه پیشرفتمون رو میتونیم حرفه‌ای بودن و کار بلد بودن تک تک اعضای این تیم بدونیم. از یک طرف تیم فنی حرفه‌ای و کار بلد ما که اپلیکیشن، وبسایت و تمامی سامانه‌های تکنولوژیکی ما رو تا اینجا کار به خوبی پیش برده‌اند و از طرف دیگه تیم کسب و کار خوب و منسجم ما که در کلیه مراحل از قبیل طراحی محصول، طراحی فرایندها، کارهای اجرایی، جذب سرمایه و پیش بردن اهداف کلان کسب و کار تمام تلاش خود رو به کار گرفته‌اند.

و اما مهمترین چالش‌های پیش روی شما؟

خب همونطور که بالاتر هم بهش اشاره کردیم ما در حال حاضر تنها استار تاپ فعال در حوزه خدمات اضطراری خودرو هستیم و در عین حال اولین. در اینجا کلمه اضطراری برای ما بار کاری و مسئولیتی زیادی رو به وجود میاره. روبرو شدن با آدم‌ها اون هم در شرایط اضطراری که معمولاً از لحاظ روحی در شرایط خوبی نیستند، ما رو ملزم به سنجیدن همه جوانب کار و رعایت احتیاط میکنه.

از دیگر دغدغه‌ها و چالش‌های ما که شاید بتونیم اون رو یکی از دلایل بوجود آمدن این سامانه هم بدونیم فاکتور سرعت و طول بازه زمانی از زمان درخواست خدمت تا رسیدن امدادگر به محل می‌باشد.

کرج، اندیشه، فردیس، اسلامشهر و رباط کریم رو تحت پوشش خودش قرار داده.

آیا در این زمینه در ایران نمونه مشابه و یا رقیبی دارین و مزیت شما نسبت به موارد مشابه چیه؟

چارچرخ به طور اختصاصی در حوزه خدمات اضطراری خودرو فعالیت میکنه و میتونیم بگیریم که تنها استار تاپ و همچنین اولین استار تاپ فعال در این حوزه هستیم و میتونیم همین ویژگی رو بعنوان مزیت رقابتی این سامانه بدونیم. خدمات اضطراری امداد و تعمیر خودرو در محل.

نیروی انسانی متخصص شما کلا چند نفر و شامل چه تخصص‌های هستن؟

بچه‌ها در اینجا در چند گروه تخصصی در قالب تیم‌های فنی و نرم افزاری، عملیات، ارتباطات، بازاریابی و منابع انسانی در حال فعالیت هستند که مجموع نفرات ما در حال حاضر به ۱۵ نفر میرسه.

خدمات چارچرخ به چه رنج قیمتی ارائه می‌شن و قیمت گذاری شما بر چه اساسیه؟

نکنه ای که وجود داره شفافیت ما در قیمت گذاریمون هست، قیمت اکثر خدمات ما در اپلیکیشن با توجه به نرخ مصوب اتحادیه موجود هست و کاربر ما میتونه قبل از هرگونه درخواست خدمت از هزینه آنها مطلع بشه. ضمن این که پرداخت ما هم به صورت نقدی و هم اعتباری امکان پذیر هست.

میزان سرمایه و امکانات اولیه شما در شروع کار چه مقدار بود؟ آیا اقدامی به جذب سرمایه از سرمایه‌گذاران کردین؟

در روزهای ابتدایی ما بدون سرمایه و فقط با کار گیری تیم اولیه چارچرخ کار رو شروع کردیم. اما کم کم وقتی نیاز به جذب سرمایه برای گسترش کار حس شد شروع به مذاکره با سرمایه‌گذاران کردیم که خوشبختانه تونستیم از یک سرمایه‌گذار فرشته (Angel Investor) رقم ۲۰ هزار دلار سرمایه جذب کنیم و کارمون رو با اون ادامه دادیم. این روزها هم که کار وسعت بیشتری پیدا کرده نیاز به سرمایه‌گذار جدی تر با رقم بالاتر وجود داره که تیم چارچرخ در حال مذاکره با چند سرمایه‌گذار شخصی و سازمانی هست.

در مدل کسب و کار شما pivot چه جایگاهی داره و چه تغییراتی در مدل کسب و کارتون وارد کردین؟

هیچ استارت‌آپی نمی‌تونه ادعا کنه که بدون Pivot از روز اول کارش رو شروع کرده و بعد از چند سال داره به همون مسیر ادامه میده. ما هم با وجود اینکه از روز اول تلاش کردیم بدون نگاه دقیق و درست

- خدمات مدیریت خودروی ما در اختیار همه مردم در هر جای ایران یا حتی دنیا که باشند.
- قرار داره. ولی خدمات امدادی ما در حال حاضر تمامی مناطق ۲۲ گانه تهران بعلاوه شهرهای حومه همچون دماوند، بومهن، رودهن، منطقه لواسان، کرج، اندیشه، فردیس، اسلامشهر و رباط کریم رو تحت پوشش خودش قرار داده



استودیو بازی و سرگرمی های ایرانی اسلامی مهادر

موسسه فرهنگی مهادر رسانه پژوه شیراز به عنوان متولی تولیدات فرهنگی رسانه ای در منطقه جنوب کشور یکی از این شرکت های خلاق در این حوزه تولید محتوای فرهنگی می باشد. این مجموعه با بهره گیری از تیم های پژوهشی متشکل از محققان، کارشناسان و اساتید مجرب در زمینه تاریخ، علوم اجتماعی، روانشناسی کودکان و مشاوره و همچنین استفاده از کادر فنی و هنری متخصص و خلاق، با در نظر گرفتن نیازهای فرهنگی جامعه و رصد تولیدات غربی و غیر بومی؛ اقدام به تولید محصولات فرهنگی کاملاً بومی و منطبق بر نیازهای مخاطبین کرده که در این مسیر با موفقیت های چشمگیری روبرو بوده است. حمید افسری بنیان گذار / مدیر عامل این مجموعه است و در خصوص تاریخچه ایجاد این موسسه می گوید:



شما در این موسسه دقیقاً چه محتواهایی را و برای چه گروهی تولید می کنید؟

در استودیوی مهادر با رویکرد خانواده و کودک محوری، محتوای غنی ایرانی اسلامی در قالب سرگرمی، بازی، انیمیشن و اپلیکیشن های تعاملی برای رده های سنی کودک و نوجوان تولید و انتشار میگردد. حال، بسته به شرایط و ذائقه و نیاز مخاطب و پیام ها و سیگنالهایی که جامعه مخاطب نیاز دارد و بر اساس اولویت نیازهای سید فرهنگی جامعه مخاطب، ممکن است بازی موبایلی یا ویدیویی یا تعاملی و یا پویانمایی و اپلیکیشن های مورد نیاز مخاطب تولید شود، یا در موضوعات حماسی و ملی؛ مانند بازی بردیا که با چند هدف راهبردی و تربیتی مانند هدف شناخت جامعه نوجوان از تاریخ و فرهنگ و معماری دوره هخامنشی و معماری و شبیه سازی تخت جمشید و پارسه و رفع شبهات و سوالات آن دوره و مقابله با انحرافات و سیاه نمایی های تولیدات غربی (مانند فیلم ۳۰۰) و با بنیاد جامعه مخاطب به این محصول، تولید می شود و یا در موضوعات مذهبی و فرهنگی مانند بازی و

مخاطبین داخلی و خارجی از این مجموعه کم نظیر سرگرمی آموزشی که در قالب کتاب پاپ آپ تعاملی و بازی های تعاملی مورد گیم درون محصول، طراحی و تولید گردیده، استقبال مناسبی را در سطح جهان به عمل آورند.

قبل از حضور در این مجموعه چه فعالیت های تخصصی داشتین و چرا این کسب و کار را انتخاب کردین؟

در حوزه های مدیریت بخش فنی و یا مدیریت بخشهای تولید رسانه ای در کانون های فرهنگی و یا موسسات دیجیتالی مشغول به کار بوده و ذهنیت بنده از ابتدا مبتنی بر اقتصاد دانش بنیان با محوریت صنایع فرهنگی جریان سازی در حوزه کسب و کارهای دیجیتالی به خصوص بازی و انیمیشن بوده است و این مهم را به عنوان هدف اصلی برای شروع کسب و کار خود علی رغم همه محدودیت و مشکلات داشته ام و حتی رشته و تخصص تحصیلاتی خود را (ارشد مدیریت رسانه) نیز همراستا با همین هدف، انتخاب نمودم.

به نظر شما برای پخش محصولات فرهنگی مانند محصولات شما بهترین روش پخش و ایده آل به چه صورت است؟

در حوزه انتشار و پرموت، استفاده از اپ استورها و ادنتورک های داخلی و خارجی معروف که همه گونه خدمات مورد نیاز برای محصولات دیجیتال موبایلی و حتی انتشار پی سی را آسان نموده اند (هرچند مشکلات تحریم در انتشارهای بین المللی ما را با مشکلاتی مواجه کرده است).

معیار و شاخص شما برای تولید محتوا چیست؟

نیازسنجی، کشش و علاقه مخاطب، جذابیت موضوع برای جامعه مخاطب هدف

قصه های تعاملی قصه های قرآنی با جامعه مخاطب ۲۸۰ میلیون نفری کودکان سراسر عالم که نیاز مخاطب در بخش های عمده ای از تولید محصول گنجانده شده و می تواند مخاطبین بین المللی و داخلی را پوشش دهد و یا سایر محصولات که کشش و جذابیت را برای مخاطب در حوزه های مختلف نیازسنجی، آموزش و فرهنگ سازی و سرگرمی محور بودن را با هم داشته باشد.

یک معرفی از محصول جدید که در حال تولید آن هستید بفرمایین.

مجموعه "قصه های قرآنی" که به عنوان یک محصول راهبردی دانش بنیان با محوریت شبکه سازی و ایجاد پایلوت و پلتفرم تولید قصه های تعاملی پاپ آپ و بازی، در حال تولید است و با ۳۰ قصه محوری در حوزه های معرفتی و تربیتی برای کودکان ۶ تا ۹ سال جهان اسلام، به ۱۵ زبان بین المللی برای نشر در اپ استورهای داخلی و خارجی، و بر روی بسترهای iOS و Android تولید گردیده و مراحل پری لانچ محصول برای انتشار نهایی و پرموت محصول در حال انجام است و پیش بینی میشود



مدیریت های رشد یافته در بخش های مختلف.

مهمترین چالش های پیش روی شما چیست؟
 تحریم / مشکلات اقتصادی موجود و عدم شفافیت قوانین و مقررات حوزه های کسب و کارهای دیجیتالی مهمترین مشکلات ماست.

برنامه ای که برای توسعه محصولاتتون در آینده نظر گرفتین به چه صورت هست؟
 استفاده از ظرفیت کارگاه ها و استارت آپ ها برای تربیت و توسعه محصولات و ایده ها به جای تمرکز بر تولید و تربیت نیرو در استودیو.

تاکنون در حوزه محصولاتی که تولید کرده این چه افتخاراتی به دست آوردین؟
 (لینک مشاهده افتخارات)

و نهایتاً توصیه شما به تولیدکنندگان بازی و فعالان رسانه برای استفاده از نمادهای ملی و مذهبی در این عرصه؟
 ما فرهنگی بسیار غنی از اسطوره ها، نمادها و مفاهیم دینی و ملی و براساس واقعیت های تاریخی و نه شبیه سازی و قهرمان سازی های دروغین داریم. ما تعجب میکنیم که این منابع و رفرنس ها و نمادها و اسطوره ها در فیلم ها انیمیشن ها و بازی های غربی مورد استفاده قرار میگیرد و بعد در منابع خودمان که جستجو میکنیم متوجه میشویم این نماد، مال ما و مذهب ما یا کشور ما بوده است. شما به وفور در فیلمها و بازی های بزرگ مانند ارباب حلقه ها، اساسین، نارینا و... این موارد را میبیند اما متوجه نمی شوید که نویسنده یا پژوهشگران این محصولات به شدت بر منابع شرقی به خصوص منابع و کتب اساطیری و مذهبی ما اشراف داشته اند، تمنا دارم از دوستان رسانه و به خصوص بازی ساز و انیمیشن با اساطیر و نمادها و منابع غنی ایرانی اسلامی، به هر طریق اولی آشنا شوند.



- تعمیق و بسط
- موضوعات مختلف
- حوزه های کودک
- در تولید محصولات
- آتی از طریق ایجاد
- استارت آپ های
- تخصصی و آرایه
- پلتفرم های مورد
- استفاده برای تسریع
- و نشر تولیدات
- بیشتر و متنوع تر
- از شاخصه های
- مجموعه ما برای
- پیشی گرفتن از رقبا
- است

رشد در سال ۸۵ با سرمایه شخصی ۵ میلیون شروع کرده و با کمک از مراکز رشد پارک علم و فناوری تا سال ۹۰ به مراحل بلوغ و حیات مستقل موسسه رسیده و در ۷ سال گذشته با میانگین رشد ۳۰ درصدی سرمایه گذاری و عقد قرارداد نسبت به سال قبل، توانسته ایم در این حوزه کسب و کار دیجیتالی خود را بیشتر از قبل گسترش و به حوزه بین الملل نیز وارد شویم. در حال حاضر در هر پروژه تولیدی بیش از ۴۰ درصد سرمایه تولید محصولات را سرمایه گذاران حقیقی و حقوقی در این موسسه تامین می کنند.

شاخصه هایی که در مجموعه شما برای پیشی گرفتن از رقبا هست چه مواردیه؟
 حوزه های تخصصی و تربیتی فرهنگی به خصوص با رویکرد کودک و خانواده ورود به عرصه بین المللی و بزرگتر شدن جامعه مخاطب هدف

استفاده از علوم تخصصی دیجیتال مارکتینگ و تبلیغات در کنار توسعه محصول به شیوه های نوین
 تاکید بر اصل مخاطب محور بودن و تولید بر اساس نیاز واقعی و مورد استقبال مخاطب هدف
 تعمیق و بسط موضوعات مختلف حوزه های کودک در تولید محصولات آتی از طریق ایجاد استارت آپ های تخصصی و آرایه پلتفرم های مورد استفاده برای تسریع و نشر تولیدات بیشتر و متنوع تر.

مهمترین عوامل پیشرفت شما چی بوده؟
 درس گرفتن از اشتباهات و تعصب نداشتن روی دانسته های خود و مشورت و آموزش و برنامه ریزی های مداوم و ایجاد ساختار اولویت ها در هر بخش از سازمان و امید به رسیدن به آرمان و هدف و نترسیدن از شکست و استمرار فعالیت و

باز خورد شما از محصولاتی که به دست مخاطب رسیده است چگونه بوده؟

به شدت ما را مصمم کرده که در این حوزه بتوانیم محصولات متنوع تر و راهبردی تری در حوزه های مختلف فرهنگی و تربیتی تولید کنیم.

ایا تاکنون تجربه شکست در این کسب و کار داشتین؟ چگونه پیروز شدین؟

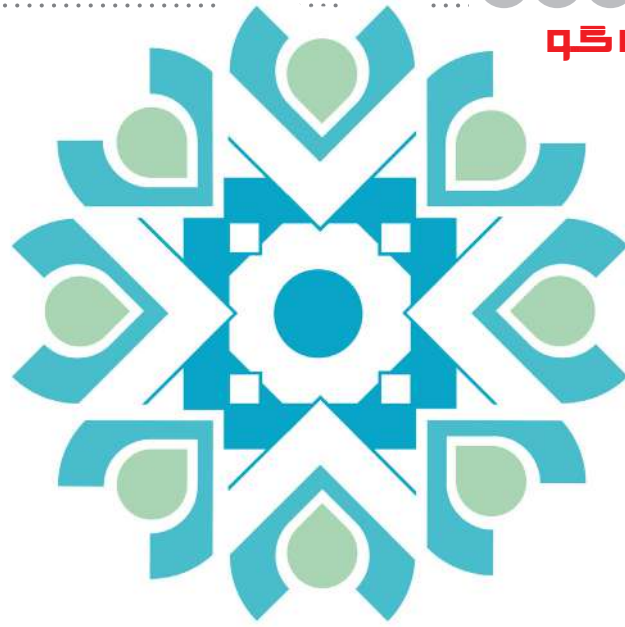
بله، قطعاً عدم نیاز سنجی صحیح، درک ناصحیح از ویژگی های روانشناسی و تربیتی کودک، عدم تعامل با مخاطب هدف، و عدم استفاده علمی و تخصصی در پیاده سازی محصول مبتنی بر نیازهای کودک و عدم اجرای صحیح مارکتینگ و پشتیبانی محصولات و به روز رسانی ها، ما را بسیار حساس و با تجربه تر از قبل نموده و از شکست های قبلی، پروژه های موفق تولید شده کنونی را در برداشته.

نیروی انسانی متخصص شما کلا چند نفر و شامل چه تخصص های هستن؟

ما در چهار تمان های محتوا و پژوهش، فعالیت های ایده پردازی، نیاز سنجی، مخاطب سنجی، تحقیق و پژوهش و تولید محتوا و ترجمه را با ۴ نیروی ستادی و دبیرخانه ای و بیش از ۲۵ نیروی قراردادی و پروژه محور به انجام می رسانیم و در بخش چهار تمان هنری با ۳ نیروی متخصص تصویر سازی و گرافیک و در چهار تمان فنی با ۴ نیروی متخصص و در بخش های اداری و دیجیتال مارکتینگ و روابط عمومی و تبلیغات و بازاریابی هم با نیروهای متخصص هر حوزه در حال گذراندن دوران رشد محصول هستیم.

میزان سرمایه و امکانات اولیه شما در شروع کار چه مقدار بود؟ آیا اقدامی به جذب سرمایه از سرمایه گذاران کردین؟

ما فعالیت خود را از پارک علم و فناوری و مراکز



Karen Crowd

مبادی معرفی شرکت‌های خلاق

سامانه تامین مالی و سرمایه گذاری کارن کراد

ایران یکی از پر استعدادهای ترین کشور هادر حوزه کسب و کارهای نوپا بوده و در سال های اخیر در این بخش رشد چشم گیری داشته است. با توجه به ظرفیت و خلاقیت بالای نیروی متخصص کشور همواره کمبود زیر ساخت های حمایتی و توسعه ای در این حوزه احساس می شود. کارن کراد، به عنوان یک شتاب دهنده مجازی کسب و کار های موفق را از ابتدای راه همراهی و بعد از بدست آوردن بلوغ به انکوباتور های برتر کشور معرفی میکند. ارتباط با کار آفرینان همواره ادامه دارد و در صورت وجود نیاز، به سرمایه گذاران با تجربه و خردمند معرفی خواهند شد. در این مسیر منتور های حرفه ای نیز حاضر بوده و تبادل تجربه می کنند! در این خصوص در خدمت آقای علی عمیدی مدیر عامل این مجموعه هستیم تا در خصوص معرفی این گروه و ماموریت های آن به گفتگو بنشینیم

علی عمیدی هشتم مدیر عامل و عضو هیئت مدیره سامانه تامین مالی و سرمایه گذاری کارن.

تعریف شما از کراد فاندینگ چیست؟

تامین مالی جمعی مدلی جدیدی از تامین مالی در جهان است که در آن عموم مردم قادر به پرداخت پول به طرح های مختلف برای تامین پول مورد نیاز آن طرح می باشند. در این مدل از تامین مالی ما ۴ تقسیم بندی را شاهد هستیم که در زیر به آنها اشاره خواهیم کرد

• اهدا: در تامین مالی جمعی بر پایه اهدا هر فرد بدون چشم داشت مالی به طرح ها کمک مالی می کند.

• پاداش: در این مدل در ازای تامین مالی هر فرد یک جایزه از سمت طرح در صورت تامین مالی مورد نیاز

دریافت می کند.

• وام: در این مدل هر فرد می تواند وامی در اختیار یک طرح قرار بدهد

• مشارکت: در این مدل هر فرد در ازای سرمایه گذاری ای که بر روی طرح انجام می دهد اوراق مشارکت در آن طرح را دریافت می کند و به همین دلیل است که جنس این تامین مالی سرمایه گذاری تلقی می شود.

کارن کراد در این زمینه چه نقشی ایفا می کند؟

ما در کارن کراد به دنبال یک سامانه تامین مالی و سرمایه گذاری هستیم. وظیفه ما کمک به شرکت ها و طرح ها برای دستیابی به سرمایه گذار است و مدل های مختلفی برای این تامین مالی در نظر

داریم و یکی از ابزار هایی که به صورت جدی دنبال می کنیم تا تامین مالی را تسریع کند تامین مالی جمعی بر پایه مدل مشارکت هست. در این سامانه ما در ابتدا به دنبال سرمایه گذاری های کلان برای شرکت ها و طرح ها خواهیم بود و برای برخی از طرح ها مجوز استفاده از ابزار تامین مالی جمعی را برای بخشی از سرمایه مورد نیاز آن شرکت صادر خواهیم کرد.

کارن چگونه ایجاد شد؟

ما در سال ۹۴ بعد از آنکه دیدیم اکوسیستم سرمایه گذاری ایران در سطح ملی شکل نگرفته و تمام تمرکز سرمایه گذاران برای حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات وجود دارد تصمیم گرفتیم سامانه تامین مالی و سرمایه گذاری کارن را با تاکید بر فعالیت ملی و تمرکز بر تمامی حوزه های صنعتی و دانش بنیان به وجود آوریم. این سامانه با در اختیار قرار دادن منتور های حوزه های مختلف، کارگاه های آموزشی مختلف، جلسات ازبایی متعدد و برنامه های جذب سرمایه نیاز های مختلف شرکت ها را بر طرف می کند و به عنوان یک پلتفرم واسطه نقش خود را برای تسهیل پیشرفت طرح ها و شرکت ها به خوبی ایفا می کند.

اهداف و محور های فعالیت مجموعه شما چیست؟

ما تصمیم داریم هر طرح و شرکتی که در هر



هر طرح و شرکتی

که در هر حوزه ای

فعالیت می کند و در

هر کجای ایران که

مستقر است بتواند

در کارن کراد نیاز

های مختلف خود را

در یک برنامه زمانی

مشخص و مدون بر

طرف نماید

حرفه‌ای بنابر تشخیص طرفین
 امکان یافتن فرصت‌های شغلی جذاب
 امکان بهره‌مندی از شبکه‌های ارتباطی داخلی و بین
 المللی کارن کراد
 عضویت در خبرنامه اختصاصی مربیان کسب و کار
**آماری از میزان حضور سرمایه‌گذاران،
 کارآفرینان و استارت‌آپ‌های حاضر در
 سامانه دارید؟**

تعداد کارآفرینانی که از خدمات ما استفاده کرده
 اند: ۱۲۱۲ نفر
 تعداد شرکت‌های متقاضی مورد تایید کارن کراد که
 از خدمات ما استفاده کرده‌اند: ۳۰۹ نفر
 تعداد سرمایه‌گذارانی که از خدمات ما استفاده کرده
 اند: ۶۳۱ نفر
 تعداد مربیان و منتور که از خدمات ما استفاده کرده
 اند: ۱۶۷ نفر
 تعداد سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در سال ۹۷: ۵۴
 سرمایه‌گذاری موفق

**به نظر شما سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع
 فرهنگی و خلاق چه اهمیتی می‌تواند ایجاد
 کند؟**

یکی از حوزه‌های جذاب و موفق در ایران صنایع
 خلاق می‌باشند و ما از همینجا از تمامی منتورها،
 شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران علاقه‌مند به این حوزه
 دعوت میکنیم به سامانه ما به آدرس WWW.
 karencrowd.com بیایند و تحت عنوان مربی،
 کارآفرین و سرمایه‌گذار ثبت‌نام کنند و پروفایل خود
 را تکمیل کنند تا کارشناسان ما با آنها تماس حاصل
 فرمایند و شاهد شروع همکاری فی‌مابین باشیم.

**پیش‌بینی شما در خصوص آینده
 اکوسیستم استارت‌آپی و شرکتهای فرهنگی
 و خلاق در ایران چگونه است؟**

به نظر من آینده با اینکه ترس‌های مختلفی اعم از
 مسائل اقتصادی و سیاسی در جامعه وجود دارد
 روشن است و ان شاء الله می‌توانیم با همت جوانان
 و حمایت از فعالیت‌های آنها گام بلندی در راستای
 توسعه کشور برداریم

**به نظر شما مشکل و چالش اصلی سرمایه
 گذاری در حوزه‌های صنایع فرهنگی
 و خلاق در ایران چیست؟**

عدم آشنایی سرمایه‌گذاران با طرح‌های این حوزه
**در انتها چه توصیه‌ای به مجموعه‌هایی که
 متقاضی جذب سرمایه برای شرکت خود
 هستند و می‌خواهند از طریق سامانه کارن
 کراد به هدف خود برسند دارید؟**

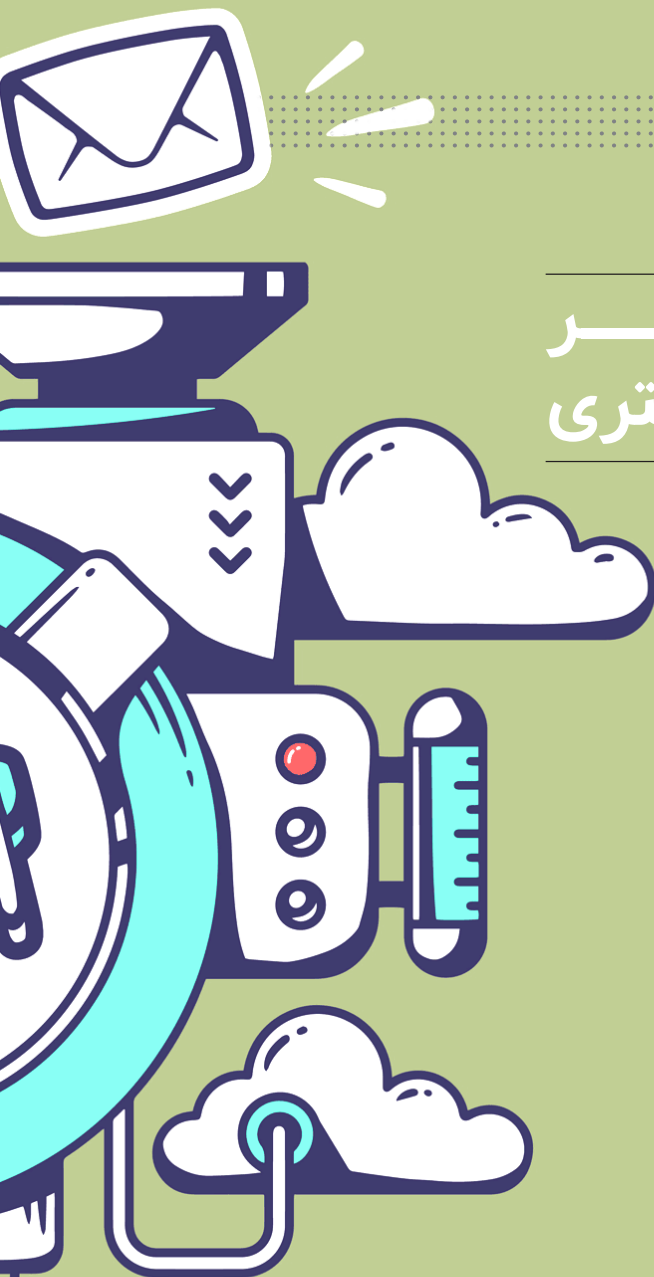
پیشنهاد می‌کنم با ثبت‌نام روی وب‌سایت کارن کراد
 و تعریف پروزه، خود را به شبکه سرمایه‌گذاران کارن
 معرفی کنند تا بتوانیم کم‌کم شاهد نتایج سرمایه
 گذاری بر این حوزه باشیم.



- در این سامانه ما
- در ابتدا به دنبال
- سرمایه‌گذاری
- های کلان برای
- شرکت‌ها و طرح
- ها خواهیم بود
- و برای برخی از
- طرح‌ها مجوز
- استفاده از ابزار
- تامین مالی جمعی
- را برای بخشی از
- سرمایه‌مورد نیاز
- آن شرکت صادر
- خواهیم کرد

- امکان خلاق شدن
- تسهیل دسترسی به فضای کاری و تجهیزات
آزمایشگاهی
- از جمله سرویس‌هایی که سرمایه‌گذاران در کارن
می‌توانند به آن دست پیدا کنند شامل موارد زیر
خواهد بود:
- ارائه لیست استارت‌آپ‌ها
- برگزاری جلسات مشترک با استارت‌آپ‌های
علاقه‌مند
- مشاوره‌های مالی و حقوقی در صورت نیاز
- پیدا کردن سرمایه‌گذار مشترک
- ابزار تامین مالی جمعی
- گزارش ارزیابی استارت‌آپ‌ها (DD report)
- معرفی در شبکه‌های ارتباطی کارن کراد
- کارگاه‌های آموزشی
- ضمانت‌نامه سرمایه‌گذاری
- ارزش‌گذاری اولیه
- از جمله سرویس‌هایی که مربیان کسب و کار
در کارن می‌توانند به آن دست پیدا کنند شامل
موارد زیر خواهد بود:
- راهنمایی و مشاوره به کسب و کارهای بررسی
شده در کارن کراد
- امکان بهره‌مندی اولویت در سرمایه‌گذاری
- امکان بهره‌مندی از سهام شرکت به عنوان مشاور

- حوزه‌ای فعالیت می‌کنند و در هر کجای ایران که
مستقر است بتواند در کارن کراد نیازهای مختلف
خود را در یک برنامه زمانی مشخص و مدون بر طرف
نماید و ما به عنوان یک پلتفرم واسط تلاش خود را
برای راحت‌تر کردن دسترسی‌ها انجام دهیم.
- **خدمات قابل ارائه‌ای که مجموعه کارن کراد
به شرکتهای صنایع خلاق و فرهنگی
می‌دهد چیست؟**
- از جمله سرویس‌هایی که کارآفرینان، صاحبان
طرح‌ها و شرکت‌ها در کارن می‌توانند به آن
دست پیدا کنند شامل موارد زیر خواهد بود:
- کمک به کارآفرینان برای دستیابی به سرمایه
مورد نیاز (مشاوره‌ها، تکمیل فایل DD، ضمانت‌نامه
سرمایه‌گذاری، رویدادها)
- امکان استفاده از شبکه‌گسترده مشاوران و مربیان
کسب و کار
- امکان دسترسی آسان‌تر به شرکت‌های بزرگ
حوزه کاری خود
- آموزش‌های لازم در حوزه کارآفرینی و سرمایه
گذاری
- مشاوره‌های مالی و حقوقی
- کمک به تدوین طرح کسب و کار، برنامه مالی و
برنامه اجرایی
- ارزش‌گذاری اولیه



روابط عمومی موثر و مدیریت ارتباط با مشتری



این کامنتی است که اکانت رسمی تویوتا به یکی از کاربران در اینستاگرام داده است و تا مدت‌ها جزو ترندهای خبری دنیای کسب و کار بود:



the.pandora • Follow
the.pandora Here's my @bicyclaus commercial. This truck literally saved my life today. My little town of Paradise was literally burning down around me and @the.pandora got me to safety where I could help others. twice #campfire #perfectmarshmallow #noheadspas #butecountyfire #ems2019 thanks to the fire fighters, law enforcement and my fellow healthcare workers for the work we all did getting the hospital evacuated and our patients to safety. 🙏🙏
Load more comments
30,945 likes
#DAYS AGO
Log in to like or comment.

ماشین تویوتای این کاربر در یک سانحه‌ی آتش‌سوزی هنگام کمک به مصدومین آسیب دیده و اکانت رسمی تویوتا با دیدن این پست در اینستاگرام بلافاصله کامنت می‌دهد و به او یک تویوتا توندرا را دیگر هدیه می‌دهد:



تویوتا می‌توانست به راحتی این پست را نادیده بگیرد اما برای تعامل بیشتر و بهتر با مشتریانانش قدم برداشت و تیترا خبرها شد. حالا به نظر شما چه چیزی باعث شد تا این اقدام تویوتا تبدیل به یک بمب خبری شود و ارزش سهام تویوتا را در بازارهای جهانی بالاتر ببرد و حتی ارزش برند آن را هم بیشتر کند؟

عمومی یا همان Public Relations می‌باشد. حالا این روابط عمومی چیست و چه کارکردی دارد؟

تعریف و یکی پدیایی روابط عمومی این است: روابط عمومی مدیریت پخش اطلاعات سازمان‌ها و افراد با استفاده از تعامل و ارتباط با مشتری، مخاطب و یا سایر نهادها است.

اما بگذارید از این تعریف خشک و خالی فراتر برویم. شما یک کسب و کار دارید و تعدادی مشتری دارید. چگونه با آن‌ها ارتباط خواهید داشت؟ چه وجهه‌ای از کسب و کار خود در ذهن آن‌ها ایجاد می‌کنید؟ چه تاثیر مثبتی در ارتباط و تعامل با آن‌ها خواهید داشت؟ سعی می‌کنید چگونه ارتباط خود را با سایر نهادها و کسب و کارها تقویت کنید؟ هر کاری که در این راستا انجام می‌دهید به نحوی روابط عمومی محسوب می‌شود. اما به همین سادگی نیست.



روابط عمومی

مدیریت

پخش اطلاعات

سازمان‌ها و افراد

با استفاده از

تعامل و ارتباط با

مشتری، مخاطب

و یا سایر نهادها

است

دیده شوند، بهتر شناخته شوند و بیشتر در ذهن‌ها جای داشته باشند.

بازار رقابت در میان کسب و کارها داغ داغ است و استراتژی‌های مختلفی به کار گرفته می‌شود تا کسب و کارها بتوانند در این بازار داغ سرپا باقی بمانند و بتوانند رقابت کنند. یک استراتژی که در اغلب این کسب و کارها مشاهده می‌شود روابط

روابط عمومی، راز مشترک برندها

اگر خوب به رفتاری که کسب و کارهای بزرگ در تبلیغات یا شبکه‌های اجتماعی و جشنواره‌ها و سمینارهای مختلف از خود نشان می‌دهند دقت کنید به یک اصل مشترک می‌رسید: همه‌ی آن‌ها دوست دارند و جبهه‌ی اجتماعی مناسبی از خود به جای بگذارند تا بهتر

Public Relations

مطمئن شویم روابط عمومی یکی از راه‌های ایجاد اعتماد عمومی است. تعامل موثر و قدرتمند با مشتری به سادگی مخاطبان را جذب می‌کند. این تعامل در مقیاس بزرگتر به کسب و کار شما اعتبار می‌بخشد. مسلماً هر کسب و کاری به دنبال کسب اعتبار است تا مخاطبان بیشتری را جذب کند و به قول معروف برند شود. جالب است بدانید که روابط عمومی موثر یکی از اصول و سرفصل‌های برندینگ است که در درجه‌ی اهمیت بالایی هم قرار دارد. روابط عمومی موثر حکم یک کمپین تبلیغاتی قدرتمند را دارد، شما در حقیقت این روابط عمومی را روی مخاطب هدف خود پیاده‌سازی می‌کنید. در حقیقت شما در این امر از سرمایه‌های کلامی و بصری خود استفاده می‌کنید تا حسی خوب به مشتری و مخاطب هدف خود بدهید و این حس خوب تاثیری به مراتب شگفت‌انگیزتر و موثرتر از هر نوع تبلیغی دارد. روش‌های زیادی نیز برای القای این حس وجود دارد. از داستان‌سرایی در محتوا گرفته تا فنون ارتباطی و استفاده از پروموشن‌ها و یا مسئولیت اجتماعی (دقیقاً مانند کاری که تویوتا کرد) بخشی از این فرایند ایجاد روابط عمومی هستند.

جمع بندی

روابط عمومی همواره یکی از راه‌های موثر برای تعامل بیشتری با مخاطبان و مشتریان و جذب آن‌ها بوده است. در حقیقت روابط عمومی تاثیر روانی هر کسب و کار است. اینکه شما چگونه به دل مخاطبان نفوذ می‌کنید و بذرا اعتماد را در ذهن آن‌ها می‌کارید کاملاً وابسته به فعالیت‌ها و کارکرد شما در زمینه‌ی ایجاد روابط عمومی موثر بستگی دارد. ایجاد یک تعامل و ارتباط موثر با مشتری راحت نیست اما امکان پذیر است و البته ضروری. اگر کسب و کاری دارید و یا قصد راه‌اندازی یک کسب و کار جدید را دارید از این اهرم تاثیر گذار استفاده کنید.

روابط عمومی موثر

- حکم یک کمپین تبلیغاتی قدرتمند را دارد، شما در حقیقت این روابط عمومی را روی مخاطب هدف خود پیاده‌سازی می‌کنید. در حقیقت شما در این امر از سرمایه‌های کلامی و بصری خود استفاده می‌کنید تا حسی خوب به مشتری و مخاطب هدف خود بدهید

پیاده‌سازی کرد عبارتند از:

- روابط در رسانه
- ارتباط با مجله‌های خبری و روزنامه‌ها
- رویدادهای خاص
- سمینارها و کنفرانس‌های مرتبط با کسب و کار
- اسپانسرشیپ
- روابط عمومی کارمندان
- انجمن‌ها و فروم‌ها در دنیای واقعی و مجازی
- تاثیر روابط عمومی بر کسب و کار
- حالا بیایید ببینیم کسب و کارها چگونه به وسیله‌ی روابط عمومی ارزش کسب می‌کنند و مکانیزم عملکرد آن چیست؟
- مردم بیشتر از برندهایی خرید می‌کنند که به آن‌ها اعتماد دارند. هر بار که گوشی یا هر وسیله‌ی دیگری خریداری می‌کنیم قبل از هر چیز به نام برند آن دقت می‌کنیم تا از قابل اعتماد بودن آن

برخی فکر می‌کنند روابط عمومی به نوعی یک تبلیغات یا بازاریابی رایگان است. اما این کاملاً اشتباه است. به هر پنهانی که تویوتا تنها با یک کامنت پرداخت کرد نگاه کنید. روابط عمومی در حقیقت بخش زمان‌بر و هزینه‌بر هر کسب و کاری است. اینکه تمام افراد مجموعه‌ی شما بتوانند ایماژ و تصویر ذهنی کسب و کار شما را به درستی نشان دهند به سادگی امکان پذیر نیست. جشن‌ها و مراسماتی که برای ایجاد یک رابطه موثر ایجاد می‌کنید هزینه‌های بالایی دارند و صدای برند و صداها المان دیگر در زمینه‌ی روابط عمومی به سادگی به دست نمی‌آیند و باید روی آن کار کنید و برنامه‌ای برای اجرایی کردن آن‌ها داشته باشید. چند بخش که می‌توان روابط عمومی را در آن

معرفی کتاب‌های فن

فناوری‌های صنعت گیم ایران - ۱۳۹۶

طبق برآورد مرکز پژوهش‌های بنیاد ملی بازبهای رایانه ای هزینه ایجاد شغل در زمینه بازی‌های ویدئویی چیزی بین ۲۵ تا ۳۰ میلیون تومان است که این امر نشان دهنده چرخه سریع‌تر ایجاد شغل در این زمینه است. توجه به توضیحات فوق‌الذکر، صنعت بازی‌های ویدئویی با توجه به سودآوری و اثرگذاری فرهنگی آن، همواره مورد توجه بوده و لزوم توسعه آن امری ضروری برای حاکمیت به نظر می‌رسد. ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز نیز به منظور توسعه فناوری‌های صنایع فرهنگی، اقدام به شناسایی فناوری در حوزه راهبردی بازی‌های ویدئویی کرده است. بر این اساس، پس از مطالعه و شناسایی فناوری‌های موجود و ترسیم درخت فناوری، تهیه و تدوین کتاب فناوری‌های صنعت بازی‌های ویدئویی ایران در دستور کار قرار گرفت. در این کتاب، ضمن ارائه دسته‌بندی و معرفی فناوری‌های صنعت بازی‌های ویدئویی، توانمندی‌های فناورانه ایران در این صنعت در قالب معرفی فعالان صنعت تبیین می‌شود. هدف از نشر کتاب حاضر، معرفی ظرفیت‌های موجود در صنعت بازی‌های ویدئویی برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در داخل و خارج است.



نسخه «پی‌دی‌اف» را اینجا ببینید

فناوری‌های صنعت پویانمایی ایران - ۱۳۹۶

صنعت پویانمایی به عنوان یکی از شاخه‌های راهبردی صنایع خلاق شناخته شده که در جهان به سرعت در حال رشد است. این صنعت علاوه بر سودآوری و درآمدزایی بالا، تاثیرگذاری بر جنبه فرهنگی نیز دارد و از آنجا که کودکان و نوجوانان طیف وسیعی از مخاطبان محصولات پویانمایی را تشکیل می‌دهد، صنعت پویانمایی تاثیر قابل توجهی را در فرهنگ‌سازی و سبک زندگی ایفا می‌کند. توسعه فناوری در صنعت پویانمایی از آن جهت اهمیت دارد که کیفیت آثار پویانمایی در جذب مخاطبان و تاثیرگذاری فرهنگی بر رفتار مخاطبان، وابستگی مستقیم به کیفیت توان فناوری و دانش فنی مورد استفاده در طراحی و تولید آثار پویانمایی دارد. ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز در این کتاب، ضمن ارائه دسته‌بندی و معرفی فناوری‌های صنعت پویانمایی، توانمندی‌های فناورانه کشور در این صنعت در قالب معرفی فعالان صنعت را تبیین می‌کند. هدف از نشر کتاب حاضر، معرفی ظرفیت‌های موجود در صنعت پویانمایی برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در داخل و خارج از کشور است.

فناوری‌های صنعت یادگیری الکترونیک

(رایاد) ایران - ۱۳۹۶

یادگیری الکترونیک حوزه جدیدی از ارتباط فناوری و آموزش است که برای یادگیرندگان امکان یادگیری مادام‌العمر در هر زمان و مکان را فراهم می‌کند. ویژگی‌های نوآورانه این آموزش‌ها باعث شده است تا سازمانها و افراد در جهان به یادگیری و یاددهی الکترونیک بپردازند. کل بازار آموزش الکترونیک جهانی امروز، بیش از ۱۱۰ میلیارد دلار برآورد شده است. ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این کتاب ضمن ارائه دسته‌بندی و معرفی فناوری‌های روز حوزه یادگیری الکترونیک، توانمندی‌های ایران در تولید، توزیع و نشر محصولات و خدمات حوزه یادگیری الکترونیک و ظرفیت‌های بالفعل حاضر در هر یک از بخش‌های فناورانه را مورد اشاره قرار داده است. هدف ستاد از نشر این کتاب، معرفی ظرفیت‌های موجود در یادگیری الکترونیک برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در داخل و خارج از کشور است.



نسخه «پی‌دی‌اف» را اینجا ببینید



نسخه «پی‌دی‌اف» را اینجا ببینید

سآوری نرم و استارت آپی

بررسی تجربیات جهانی شرکت های استارت آپ در حوزه های سلامت دیجیتال، گردشگری و نوآوری اجتماعی



نسخه
«پی‌دی‌اف» را
اینجا ببینید

تجربیات جهانی شرکت های استارت آپ در حوزه گردشگری:

بررسی کلان حوزه گردشگری ارائه اطلاعات درباره انواع گردشگری و مقصدهای گردشگران ارائه خدمات حمل و نقل و اقامت بازاربایی و فروش انواع تورهای گردشگری و راهنمای سفر ارائه خدمات بازدید از جاذبه‌های گردشگری ارائه خدمات پشتیبان به گردشگران و شرکت های گردشگری



نسخه
«پی‌دی‌اف» را
اینجا ببینید

تجربیات جهانی شرکت های استارت آپ در حوزه نوآوری اجتماعی:

بررسی کلان حوزه نوآوری اجتماعی استارت آپ های حوزه اقشار کم درآمد و ساکنین مناطق محروم و روستایی استارت آپ های حوزه آسیب دیدگان بلایای طبیعی استارت آپ های حوزه زنان و کودکان آسیب پذیر استارت آپ های حوزه معلولین و کم توانان استارت آپ های حوزه آسیب دیدگان اجتماعی (زندانیان و بی خانمان ها) استارت آپ های حوزه پشتیبانی خیریه‌ها

- مدیریت پسماند ورزش و سلامت جسمی
- مدیریت آلودگی هوا کشاورزی مدیریت آب و خشکسالی سلامت دیجیتال نوآوری اجتماعی
- کالاهای زودمصرف انرژی گردشگری خودرو بیمه آموزش که در قالب گزارش های مجزا تولید و ارائه می شوند که سه نمونه از آن در زیر معرفی شده اند.

تجربیات جهانی شرکت های استارت آپ در حوزه سلامت دیجیتال:

- بررسی کلان حوزه سلامت دیجیتال
- چالش ها و فرصت های کلیدی این حوزه
- راهکار های استارت آپی برای چالش ها/فرصت های مطرح شده
- زنجیره فعالیت های استارت آپی در حوزه سلامت دیجیتال
- فراوانی استارت آپ های حوزه سلامت دیجیتال به تفکیک زنجیره فعالیت ها
- معرفی استارت آپ های حوزه سلامت دیجیتال
- تحلیل های مختلف بر روی شرکت های استارت آپی مبتنی بر مدل های درآمدی، حوزه های فناوری، فناوری های کلیدی و میزان درآمدها و شناسایی unicorn ها.



نسخه
«پی‌دی‌اف» را
اینجا ببینید

در دهه های اخیر با توجه به تحولات مختلف اقتصادی، اجتماعی و فناورانه مانند افزایش شهرنشینی، تغییر در الگوی مصرف و میزان مصرف گرایی و افزایش نفوذ و بهره گیری از فناوری های نوین، زندگی بشر با چالش ها و مسائل جدیدی در سبک زندگی و محیط زیست مواجه شده است. پدیده هایی مانند چاقی و پیری جامعه، کمبود منابع آبی پایدار، تغییرات آب و هوایی، آلودگی هوا، ایمنی و امنیت غذایی و پسماند در دهه های اخیر به مسائلی کلیدی برای بشر تبدیل شده اند که آینده و بقای ما را تحت تاثیر خود قرار می دهند. با این وجود این چالش ها در نوع خود پارادایم جدیدی از زندگی را رقم زده است که مملو از فرصت ها و الگوهای نوین کسب و کار می باشد. در فاز اول از طرح حاضر حوزه های استارت آپی مساله محور مورد مطالعه قرار گرفته اند که عبارتند از:

فناوری های صنعت اسباب بازی ایران - ۱۳۹۷



نسخه
«پی‌دی‌اف» را
اینجا ببینید

صنعت اسباب بازی به عنوان یکی از قدیمی ترین صنایع در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی، امروزه در آمدی بیش از ۹۰ میلیارد دلار در جهان دارد که همین گردش مالی می تواند اهمیت آن را علاوه بر جنبه های فرهنگی و آموزشی در زمینه های اقتصادی و تجاری نیز نشان دهد. حدود ۸۰ درصد از اسباب بازی جهان هم اکنون در چین تولید می شوند ولی تمامی شرکت های اسباب بازی برتر دنیا اروپایی و آمریکایی هستند این خود گویای برتری طراحی اسباب بازی نسبت به فرآیندهای تولید فیزیکی است. شناخت روندهای صنعت اسباب بازی و آشنایی با فناوری های طراحی و تولید اسباب بازی می تواند، زمینه ساز توسعه صنعت اسباب بازی در ایران باشد تا بر این اساس و تأکید بر پشتوانه غنی فرهنگی و نیز ظرفیت های موجود کشور در عرصه تولید، طراحان و تولید کنندگان ایرانی بتوانند محصولاتی با کیفیت و طراحی منحصر بفرد تولید نمایند. در این کتاب، ضمن ارائه دسته بندی و معرفی فناوری های صنعت اسباب بازی، توانمندی های فناورانه کشور در این صنعت در قالب معرفی تولید کنندگان صنعت تبیین می شود. هدف از نشر کتاب حاضر، معرفی ظرفیت های موجود در صنعت اسباب بازی برای سرمایه گذاران بخش خصوصی در داخل و خارج از کشور است.



مرکز نوآوری مانا

مانا از یک جای خالی شروع شد. جای خالی اشتغال بانوان تا بتوانند متناسب با شرایط شخصی خود فعالیت اجتماعی داشته باشند. برای تغییر فضا باید اول خودمان را باور کنیم. دست به دست هم دهیم و باهم شرایطی را مهیا کنیم تا نشان دهیم همه ما با هر مدل زندگی شخصی می توانیم متناسب با استعداد و مهارت هایمان کسب در آمد داشته و در تحول چرخه اقتصاد نقش داشته باشیم. خانم حکیمه فریاده، مدیرعامل در خصوص این شتاب دهنده می گوید.

کارآفرینان مختلف به صورت دوره‌ای برگزار شد. تفاهم‌نامه‌ای با دانشگاه علم و صنعت و بخش بانوان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای تخصیص مکان مرکز نوآوری در این دانشگاه انجام شد. طراحی اختصاصی فضای فیزیکی مرکز نوآوری متناسب با روحیات و فیزیک جسمانی بانوان از دیگر نوآوری‌های مرکز نوآوری است که در حال حاضر در دانشگاه علم و صنعت در حال ساخت است. در اردیبهشت امسال نیز رویدادی در حوزه مد و لباس، آموزش و مادر و کودک برگزار خواهد شد.

شیوه جذب تیم‌ها در این شتاب دهنده به چه صورت است؟ سه شیوه کلی برای جذب تیم‌ها به شتاب‌دهنده وجود دارد؛ برگزاری رویدادهای سالانه، تکمیل فرم درخواست جذب که روی

- در مرکز نوآوری
- ضمن ایجاد فضایی
- برای حمایت از
- ایده‌ها و تیم‌های
- بانوان در بخش
- شتاب‌دهنده، بخش
- خدمات لجستیک
- و پشتیبانی که شامل
- خدمات مشاوره‌ای
- و مرکز نگهداری
- کودک است نیز
- در نظر گرفته شده
- است

با توجه به شرایط اقتصادی کشور ایفای نقش بانوان می‌تواند موثر و حائز اهمیت باشد. از طرفی به علت اهمیت بحث خانواده و نقش‌های تعیین‌کننده بانوان در خانواده و روحیات و طبیعت متفاوت بانوان از آقایان جنس حمایت‌ها و خدماتی که بانوان در فضای کارآفرینی نیاز دارند برخی تفاوت‌هایی با مدل‌های رایج دارد. شتاب‌دهنده فعال در مانا با تمرکز بر این تفاوت‌ها و تبدیل آن‌ها به نقاط قوت روی توانمندسازی و حمایت از بانوان فعالیت می‌کند.

این مجموعه بصورت اختصاصی در حوزه بانوان چه فعالیت‌هایی را انجام می‌دهد؟ رویداد جذبی حمایت از ایده‌های بانوان و انتخاب ایده‌های برتر برای حمایت در شتاب‌دهنده در اسفند ماه سال ۹۶ برگزار شد. رویدادهای ماهانه‌ای نیز در شتاب‌دهنده در حوزه کار تیمی، کسب و کار و استفاده از تجربیات

شتاب دهنده و مرکز نوآوری مانا را بصورت اجتمالی معرفی کنید؟ مرکز نوآوری مانا در سال ۹۶ با تاسیس شتاب‌دهنده‌اش فعالیت رسمی خود را آغاز کرد. این مرکز تمرکز اصلی خود را توانمندسازی و حمایت از بانوان تحصیل کرده و علاقمند به رشد و کارآفرینی قرار داده است. مانا فعالیت خود را از بانوان شروع کرده چون معتقد است بانوان رشد یافته در ایجاد تحول در کشور پیش‌رو هستند. از طرفی خانواده و نقش بانوان در رشد و تعالی خانواده برای مانا بسیار مهم است. بنابراین در مرکز نوآوری ضمن ایجاد فضایی برای حمایت از ایده‌ها و تیم‌های بانوان در بخش شتاب‌دهنده، بخش خدمات لجستیک و پشتیبانی که شامل خدمات مشاوره‌ای و مرکز نگهداری کودک است نیز در نظر گرفته شده است.

هدف و انگیزه این شتاب‌دهنده چیست؟ نییمی از جمعیت کشور بانوان هستند و

نالان چه آماری در خصوص میزان خدمات و تیم های جذب شده در مجموعه شما دارید؟

در یک سال اخیر ۱۱ تیم درخواست حمایت به شتابدهنده داده اند که از این تعداد ۵ تیم جذب شده اند. مجموع سرمایه گذاری روی این تیم ها ۲۵۰ میلیون تومان است.

مرکز نوآوری مانا چه برنامه ای پیش رو دارد؟

رویداد جذبی نهال بناسست ابتدای سال جدید برگزار شود. در این رویداد افرادی که در حوزه های مد و لباس، آموزش، مادر و کودک و بخش ویژه تبلیغات و بازاریابی ایده دارند می توانند ثبت نام کنند.

در این رویداد آموزش های لازم برای شروع کار با تمرکز ویژه روی تیم سازی داده خواهد شد، سپس در بخش ویژه های تحت عنوان تست فضای کار آفرینی سرمایه اولیه ۲-۵ میلیونی به تیم ها داده می شود تا بتوانند حداقل یک بار بدون استرس ایده های خود را عملی کنند. در صورت رشد موفق تیم، تیم می تواند وارد شتابدهنده شده و مسیر کار آفرینی را ادامه دهد.

راه های ارتباطی با مرکز نوآوری مانا چیست؟

سایت www.mana-center.com و در شبکه اجتماعی اینستاگرام با نام [mana-center](https://www.instagram.com/mana-center) در حال فعالیت هستیم و علاقمندان می توانند اخبار مرکز را از این طریق دنبال نمایند. رویداد جذبی «نهال» هم آغاز شده و علاقمندان می توانند ایده های خود را با مراجعه به سایت مرکز و ثبت نام در رویداد نهال برای ما ارسال کنند.

در شبکه های اجتماعی (تلگرام و بله) با نام [@Nahal](https://t.me/Nahal) اخبار این رویداد را می توانید دنبال کنید.

چه توصیه کسب و کاری به بانوانی که در حوزه های صنایع فرهنگی و خلاق و عموماً نوآوری وارد میشوند دارید؟

اگر به اطرافتان خوب دقت کنید کشف می کنید که روزانه در دریایی از ایده ها غوطه ورید! خواه ایده های خودتان یا ایده های اطرافتان. کافی است به خودتان جرات بدهید و یکی از این ایده ها را دنبال کنید و یک بار در زندگی فرصت چشیدن طعم زندگی به سبک یک کارآفرین را به خود بدهید.



نمایشگاه



تیم در جهت رشد و هدایت تیم هاست. تیم هایی وارد دوره شتابدهی می شوند که دارای MVP قابل سرمایه گذاری در مرحله pre-seed باشند. شتابدهنده با تامین بهترین شبکه از خدمات مشاوره ای و ارائه مکان به تیم ها از آن ها حمایت می کند. در انتهای دوره شتابدهی تیم ها به مرحله seed باید برسند. در این صورت به شبکه سرمایه گذاران شتابدهنده متصل می شوند و با جذب سرمایه گذار جدید از شتابدهنده خارج می شوند.

نوع و میزان خدمات شما به چه صورت است؟

خدمات شتابدهنده به سه دسته خدمات لجستیک و مکانی، خدمات استراتژیک و خدمات مالی تقسیم می شود. امکاناتی همچون اختصاص مکان در مراحل پیش شتابدهی و شتابدهی، محل کار مادر و کودک و خدمات مشاوره ای در دسته خدمات لجستیک قرار دارند.

در اختیار قرار دادن شبکه ای جامع از مشاوران و سرمایه گذاران و داشتن پشتیبان اختصاصی برای هر تیم از خدمات استراتژیک شتابدهنده محسوب می شوند. خدمات مالی نیز شامل تامین سرمایه اولیه بدون دریافت سهام برای تست فضای کار آفرینی تا سقف ۵ میلیون تومان و سرمایه گذاری تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان در مرحله شتابدهی است.

سایت قرار داده شده و معرفی توسط شبکه افراد معتبر.

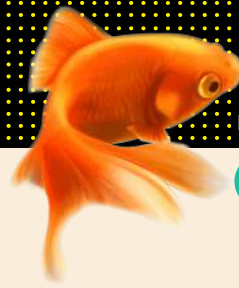
معیارهای پذیرش در این شتابدهنده چیست؟

بنیان گذار و هم بنیان گذار تیم از بانوان باشند. ایده ای که بناسست روی آن کار شود در راستای تکمیل زنجیره ارزش افزوده بانوان باشد به این معنی که ارائه دهنده خدمت یا دریافت کننده خدمت بانوان باشند.

توضیحی در خصوص روش و مراحل پیش شتابدهی و شتابدهی این مجموعه می فرمایید؟

ایده های نیازمند حمایت به شتابدهنده در خواست می دهند، شتابدهنده آن ها را بررسی می کند و اگر معیارهای لازم برای جذب در شتابدهنده را دارا باشد آموزش هایی در حوزه کار تیمی و روش های خلاقیت پروری خواهد دید.

حال با ارزیابی منتورهای شتابدهنده اگر واجد شرایط باشند وارد دوره پیش شتابدهی می شوند. در این دوره سرمایه اولیه ای به میزان ۲-۵ میلیون تومان به تیم ها برای رسیدن به یک محصول اولیه (MVP) و رشد و توسعه ایده داده می شود و از ابتدای دوره پیش شتابدهی پشتیبانی اختصاصی به هر تیم اضافه می شود که مسئولیت پشتیبان حمایت همه جانبه از



بهترین روز



معرفی اپلیکیشن های خلاق



zistapp

جمع آوری آنلاین پسماند خشک با زیست اپ

زیست اپ سامانه ی هوشمند در زمینه ی تفکیک زباله و حمایت از محیط زیست در ایران است.

با زیست اپ می توانید در هر خانه، شرکت یا مغازه ای که هستید با چند کلیک درخواست خود را برای حمایت از محیط زیست اعلام کنید و از پاداش و سکه های که به دست میارید استفاده کنید. با سرویس های مختلف در زیست اپ آشنا شوید:

- زباله: زباله های خود را تفکیک کنید و با اعلام درخواست در نرم افزار سکه برای خودتان جمع کنید و از سکه هایتان در نرم افزار استفاده کنید و خدمات بگیرید.
- لوازم: هر لحظه در هر مکانی که احساس کردید به وسیله ای احتیاج دارید یا مکان شما را اشغال کرده است یا میخواهید گزینه ی بهتری جایگزین آن کنید میتوانید به راحتی درخواست داده تا کارشناسان ما برای خریدن آن وسیله به شما مراجعه کنند.
- اطراف من: دسترسی آسان به اطلاعات تماس و آدرس اماکن گوناگون شهری در اطراف شما بر روی نقشه.

● خدمات: خدماتی که مورد نیاز کارتان یا منزلتان میباشد را در قسمت خدمات جستجو کرده و به راحتی آن را انتخاب نموده و از آن استفاده کنید.

وب سایت و داندلود اپلیکیشن از: zistapp.com



mrbenzin

سامانه هوشمند حمل بنزین مستر بنزین

مستر بنزین اولین سامانه هوشمند حمل بنزین با موتورسیکلت است که راهکار سریع و راحت دریافت بنزین برای وسیله نقلیه شخصی شما میباشد. این امر باعث جلوگیری از اتلاف وقت و تردد غیر ضروری برای رسیدن به جایگاه سوخت میشود. شما میتوانید با استفاده از اپلیکیشن مستر بنزین موقتاً از ساعات ۹ تا ۲۲ درخواست خود را ثبت کنید.

سریع ترین و ایمن ترین روش حمل بنزین برای درخواست شما توسط مستر بنزین انجام می شود. مستر بنزین حمل بنزین در حجم زیاد را برای پر کردن باک ماشین در سیاست اجرایی خود ندارد زیرا:

● حمل بنزین در حجم زیاد برای حاملان موتور سوار غیر ممکن است و باید با اتومبیل حمل شود و اتومبیل چابکی و سرعت عمل موتور ندارد به همین خاطر آنها از موتور استفاده کرده اند تا با سرعت عمل بالایی در بنزین رسانی به شما خدمت کنند

● ایمنی حامل برای آنها بسیار مهم است و آنها بهترین و ایمن ترین روش حمل سوخت از طریق موتور را انتخاب کرده اند. ظرفیت کنونی بنزین حمل شده توسط راننده با بررسی و کارشناسی بوده و نمیتوان بیشتر از حجم کنونی را برای موتور سوار در نظر گرفت زیرا برای حامل خطر آفرین است

وب سایت و داندلود اپلیکیشن از: mrbenzin.com

dongipal

دنگی پال، اسکن پرداخت و جایزه

دنگی پال به عنوان یک ایده استارت آپی، برای آسان کردن روند پرداخت های گروهی و انتقال وجه از اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۶ آغاز به فعالیت کرد. در همین راستا پیام رسانی مالی ساخته شده که راه حل مناسبی برای بهبود این روند باشد. در حال حاضر نسخه های "دی اس" و "اندروید" در دسترس کاربران است. دنگی پال خود را جزئی از جامعه فینتک ایران میدانند اما با توجه به اهداف بلند مدت، به حوزه های دیگر نیز ورود پیدا خواهد کرد و امید دارد تا با حضور نیروی انسانی جوان و با انگیزه برای ایجاد تجربه ای بهتر برای کاربران، روز به روز به تعداد آنان بیافزاید. دنگی پال به شما کمک میکند به دوستان خود پول بفرستید یا درخواست وجه کنید. در هیچ مرحله ای از شما کارمزد کسر نخواهد شد. از طریق این اپلیکیشن می توانید به کافه های طرف قرارداد آن رجوع کرده و صورت حساب خود را با QRCode دنگی پال پرداخت کنید.

وب سایت و داندلود اپلیکیشن از: dongipal.ir



alopark

رزرو آنلاین جای پارک با الوپارک

الوپارک، سامانه آنلاین جستجو و رزرو جای پارک و پارکینگ می‌باشد که از اسفند سال ۹۶ فعالیت خویش را آغاز کرد. با الوپارک می‌توانید در هر کجای شهر، تنها با چند کلیک ساده، جای پارک مناسب خود را پیدا کرده، آن را رزرو و در زمان مقرر در آن جای پارک کنید. از مهرماه سال ۹۷، الوپارک به‌عنوان پلتفرم اشتراک فضای پارک خصوصی نیز فعالیت می‌کند؛ به این صورت که در مناطقی که پارکینگ عمومی موجود نیست و یا فضای پارکینگ‌های عمومی، برای حجم خودروهایی آن منطقه کافی نمی‌باشد و نیاز به جای پارک بیشتری وجود دارد، از ظرفیت پارکینگ‌های خصوصی استفاده می‌گردد. پارکینگ‌های خصوصی شامل پارکینگ‌های شرکت‌ها، سازمان‌ها، مجتمع‌های مسکونی، منازل و غیره می‌باشد.

برخی از ویژگی‌های الوپارک - جستجوی پارکینگ بر اساس نام محله و خیابان - جستجو بر اساس نام پارکینگ - پرداخت آنلاین هزینه جای پارک می‌باشد - دریافت اطلاعات محدودیت‌ها و راهنمای دسترسی به پارکینگ و...

وب سایت و دانلود اپلیکیشن از: alopark.com



amyar24

با آمیار ۲۴، رئیس خودت باش

با توجه به افزایش روز افزون هزینه‌های ساخت و ساز و مقرون به صرفه نبودن در اکثر موارد از یک سو و کاهش قدرت خرید مشتریان از سوی دیگر، رکودی در بازار مسکن حاکم شده که در سالهای اخیر تمایل مشتریان را از نوسازی به سمت بازسازی ساختمان‌های موجود در حال فرسوده شدن، سوق داده و تقاضا را در زمینه ارائه خدمات تعمیرات و نگهداری به میزان قابل توجهی بالا برده است. آمیار ۲۴ در حال حاضر حدوداً در ۷۲ رسته و تخصص مختلف خدمت‌رسانی می‌کند. برخی از این خدمات عبارت‌اند از: برق و شبکه، نصب و تعمیر لوازم خانگی، تعمیر لوازم برقی کوچک، آب و فاضلاب، سرمایش و گرمایش، تعمیرات اسانسور، درب و پنجره و...

وب سایت و دانلود اپلیکیشن از: amyar24.com



lalalak

شبکه اجتماعی مادران لک لک

بانوی عزیز، شما با لک لک می‌تونید همیشه در سلامت کامل باشید... اگر "باردارید"، به "فکر بارداری" هستید، "بچه دار" شدید یا حتی دنبال یه جایی می‌گردید که پزشک و ماما جواب سوالاتی شما رو بدن و همه خانم‌هاشن، لک لک برای شماست.

ویژگی‌های برنامه لک لک:

- ❖ سوال از کارشناسان پزشکی و مامایی، در هر زمانی از شبانه روز و دریافت پاسخ سریع
- ❖ سوال از همه مادران هم‌دوره و هم‌وضعیت و همشهری خودتون
- ❖ سوال پرسیدن به صورت ناشناس بدون اینکه دیگران بتونن بفهمن چه کسی این سوال رو پرسیده
- ❖ چت و گفتگو با خانم‌هایی که دوست دارید همیشه باهاشون در ارتباط باشید
- ❖ ارسال مطالب مفید به دیگران و خواندن مطالب مفیدی که بقیه برای شما به اشتراک می‌ذارن

وب سایت و دانلود اپلیکیشن از: lalalak.app

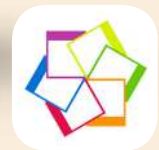


bepors

راهکار نو

بسیار پیش آمده که بخواهیم سوالی را که مدت‌ها ذهنمان را مشغول کرده مستقیماً از یک فرد متخصص بپرسیم اما امکان دسترسی به او را نداشتیم. یا گاهی دوست داشتیم در مورد رمز موفقیت یک بازیگر یا علت قبول نقش در یک فیلم یا دلیل عدم همکاری با یک کارگردان و... را بپرسیم. یا حتی به دنبال پاسخی صریح از یک فرد مسئول برای شایعات پیش آمده در مورد یک موضوع خاص بوده ایم. اپلیکیشن بپرس به این نیاز پاسخ داده است. بپرس اپلیکشنی است رایگان و از جنس پلتفرم ۳ سویه، برای پرسش و پاسخ و به اشتراک گذاری محتوای معتبر و مشاوره گونه از طریق افراد سرشناس در هر حوزه‌ی کسب و کار فعال در بازار سنتی و غیر سنتی. به عبارت دیگر بپرس یک پلتفرم Interactive Q&A knowledge sharing محسوب می‌شود. با این سرویس شما می‌توانید سوالات خود را در هر زمینه‌ای از فرد متخصص بپرسید.

وب سایت و دانلود اپلیکیشن از: rahkamo.ir



instachap

با اینستاچاپ خاطره هاتو موندگار کن

با استفاده از اپلیکشن اینستاچاپ، براحتی میتوانید خاطرات تصویری خود را در فرمت‌های با کیفیت سفارش داده و در سرتاسر ایران در سریع‌ترین زمان ممکن تحویل بگیرید. استارت‌آپ خلاق اینستاچاپ احترام خاصی برای شما و خاطرات شما قابل است به گونه‌ای که باور اصلی آنها سادگی فرایند و رضایت کامل مشتری است، شما این باور و ارزش را از لحظه ورود به اپلیکیشن تا زمان دریافت سفارشات تجربه خواهید کرد. فرقی ندارد برای خودتان سفارش میدهید و یا برای عزیزانتان؛ عکس‌های چاپ شده بهترین و لذت بخش‌ترین هدیه هاست. این پلتفرم تضمین امنیت تصاویر، حریم شخصی، پشتیبانی همیشه خندان، گارانتی خوشحالی و تحویل سریع را بر عهده می‌گیرد

وب سایت و دانلود اپلیکیشن از: instachap.com



علی آباد

علی آباد محصولات خانه و روستا



یکی از چالش های امروز کشور ما رشد جمعیت حاشیه نشینی کلان شهرها و مهاجرت معکوس روستاییان به شهرهاست. علی آباد به عنوان یک برند واسط به دنبال ارتقاء بسته بندی و فروش سازماندهی شده در قالب فروش کانتری از طریق استقرار در مراکز تجاری می باشد. شرکت خلاق آرمان رستاک تحت پلتفرم علی آباد به نشانی alibad.net یکی از این استار تاپ هاست که توسط آقای فرشید دهقانی و تیم حرفه ای ایشان در سال ۱۳۹۵ راه اندازی شده است.

ارزش های اجتماعی خود شده است.

در این استار تاپ شما به دنبال چه ارزش های اجتماعی هستید؟

یکی از چالش های امروز کشور ما رشد جمعیت حاشیه نشینی کلان شهرها و مهاجرت معکوس روستاییان به شهرهاست. علی رغم منابع ارزان و در دسترس، محصولات متنوع و خاص تولیدی در این مناطق فرصتی برای ورود به بازار به دست نمی آورند. همین موضوع باعث از دست رفتن فرصت های کارآفرینی و اشتغال بسیاری در این مناطق شده و چالش های اجتماعی را نیز به همراه داشته است. نبود نهادهای واسط ارزش آفرین در برخی از رسته ها باعث از دست رفتن سهم بزرگی از اشتغال و تجاری نشدن بسیاری از فرصت هایی شده که هر روز از آن صحبت به میان می آید. نقش این نهادها در مدیریت زنجیره تولید تا بازار و خلق ارزش های نو برای ارتقاء کمی و کیفی محصولات محلی و صنایع دستی خلاق و برگرفته از هنرهای بومی مناطق

تعریف شما از علی اباد چیست و خدمات شما به چه صورت است؟

شناسایی و تولید سفارشی محصولات خانگی و روستایی با کیفیت و سالم تحت نظارت و استانداردهای "نشان تجاری علی آباد" و توسعه بازار از طریق ایجاد کانترهای فروش در مراکز تجاری (فرانچایز). تاکنون مدل اجرایی این گروه شناسایی ظرفیت های خاص و متنوع محصولات تولیدی برای متناسب سازی با نیاز بازار در دو گروه محصولات غذایی و صنایع دستی کاربردی بوده است. این گروه از طریق مشارکت و ارتباط با انجمن های توسعه گمر محلی در مناطق مختلف به دنبال تنوع بخشی و عرضه با کیفیت ترین محصولات روستایی با نشان تجاری "علی آباد" می باشد. این گروه تاکنون موفق به طراحی و تولید محصولات خاص و منحصر به فرد برگرفته از هنر زنان روستایی جنوب استان اصفهان که شامل ۲۰ مدل کیف های گلیم بافت و ارایه بیش از ۳۰ محصولات روستایی در قالب بسته بندی های خلاق و متناسب با

- نبود نهادهای واسط
- ارزش آفرین در برخی از رسته ها
- باعث از دست رفتن سهم بزرگی از اشتغال و تجاری نشدن بسیاری از فرصت هایی شده
- که هر روز از آن صحبت به میان می آید

دارای اهمیت ویژه ای می باشد.

مهمترین مشکلات پیش روی شرکت شما در این مسیر چه بوده است؟

عمده مسایل پیش روی توسعه بازار این محصولات شامل موارد زیر می باشد

- عدم دسترسی مستمر واحدهای تولیدی خرد روستایی به بازار (کسب و کارهای فصلی)
- عدم آرایه مناسب و آماده سازی محصول متناسب با بازار (بسته بندی نامناسب و شناسنامه دار نبودن محصول و ...)

محدودیت های تولید کننده در تأمین به دلیل عدم اطمینان از شرایط بازار یا نقدینگی پایین و ...

که خوشبختانه تیم سخت کوش و حرفه ای علی آباد تا حدی توانسته برخی از این مسایل را در فرآیند تجاری و براساس مدل های مشارکتی خاص حل و فصل کند.

گام های اولیه این تیم چگونه شروع شد؟

این گروه در اولین قدم تقاضای موجود در بازار را به عنوان مهم ترین پیشران در نظر گرفته و با هدف طراحی و اجرای یک مدل پایدار اقتصادی فروشگاه محصولات خانه و روستا را طراحی و در دو مرکز تجاری شهر اصفهان (سیتی سنتر و هایپرمری) با نشان تجاری "علی آباد" راه اندازی کرده است.

چشم انداز شما برای آینده این کسب و کار چیست؟

شناسایی و تولید سفارشی محصولات با کیفیت روستایی و سالم تحت نظارت و استاندارد سازی آن و توسعه بستر فروش از طریق الگوسازی برای واگذاری امتیاز، راه اندازی کانترهای فروش در سایر مراکز

کانترهای فروش محصولات خانه وروستا "علی آباد" در مرکز تجاری سیتی سنتر

در این دو فروشگاه در حال حاضر بیش از ۵۰ محصول متنوع محلی در ورسته محصولات غذایی و صنایع دستی در حال عرضه می باشد. تاکنون نمونه بسته بندی و تولید محتوای خلاقانه ای برای برخی از این محصولات طراحی و اجرا شده که سهم به سزایی در میزان فروش و ارتباط با مشتریان محصولات داشته است.



متنوع محلی نیز اقداماتی انجام شده است که در واقع اجرای این مدل می تواند منجر به اشتغال زایی و اجرای یک پلن کار آفرینی اجتماعی شود. تدوین پروتکل ها و ایجاد زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری مورد نیاز برای اجرای مدل مشارکت جمعی برای اقشار آسیب پذیر مانند بکارگیری کودکان کار و ... نیز در دستور کار قرار دارد. برای اجرای طرح مشارکت مدیریت توسعه چهارباغ اصفهان و سرمایه گذار نیز به عمل آمده است.

آیا در زمینه طراحی و باز تولید محصولات صنایع دستی روستایی نیز فعالیتی شده است؟

بله؛ بسیاری از محصولات صنایع دستی تولیدی در روستاهای ما علی رغم اینکه برگرفته از هنر اصیل و متنوع این سرزمین می باشند ولی به دلیل تولید سنتی و عدم تناسب با نیازهای بازار و ضعف در طراحی محصول سهم خود از بازار را از دست داده و متأسفانه برخی در معرض فراموشی قرار دارند.

لذا این گروه یکی از مأموریت های خود را باز طراحی صنایع دستی روستایی یا طراحی محصولات کاربردی از هنر و تکنیک موجود در مناطق روستایی قرار داده است. محصولات تولیدی این گروه تاکنون بیشتر در زمینه دست بافته های مناطق روستایی مختلف از گلیم تا گلپج و ... بوده و در حال حاضر تمرکز تیم بر روی طراحی و تولید انواع کیف و زیورآلات می باشد. این تیم در حال حاضر مشغول طراحی و سازماندهی یک پلت فرم (B2B) سفارش گیری گلیم و گلیم فرش و سایر دست بافته های می باشد.

- بسیاری از محصولات صنایع دستی تولیدی در روستاهای ما علی رغم اینکه برگرفته از هنر اصیل و متنوع این سرزمین می باشند ولی به دلیل تولید سنتی و عدم تناسب با نیازهای بازار و ضعف در طراحی محصول سهم خود از بازار را از دست داده و متأسفانه برخی در معرض فراموشی قرار دارند

اطراف اصفهان هستیم.

آیا برای توسعه در گاه های فروش برنامه ای دارید؟

گروه علی آباد برنامه هایی برای افزایش بستر فروش غذاهای محلی در مناطق گردشگری دارد که در حال برنامه ریزی های اولیه و طراحی های ابتدایی می باشیم. در این پلت فرم تازه با توجه به توریستی بودن بسیاری از شهرهای ایران سناریوهای متنوع و خلاقانه ای را می توان برای ارزش آفرینی و انتقال جذابیت های موجود در زمینه غذاهای محلی و خاص ایرانی خلق کرد. این کار با مشارکت و ایجاد زیرساخت های لازم با مشارکت سایر استارت آپ های گردشگری در سطح شهر سرعت خواهد گرفت.

چه فعالیت هایی در این زمینه انجام شده؟

نقاطی از شهر که تردد افراد زیادی را دارد که گردشگران را نیز شامل می شود، فرصت مناسبی است تا با غذاها، میان وعده ها، دسرها و نوشیدنی های سالم و محلی که بخشی از فرهنگ ماست آشنا شوند. با این کار هم امکان دسترسی آن ها به یک میان وعده و غذای سالم و سبک فراهم می گردد و هم تجربه ای متفاوت از رایج فرهنگ و سنت ایرانی در سطح شهر ایجاد می شود. همچنین ایده دیگر هم وجود دارد که در این مدل پس از اجرای یک الگوی موفق بازار چه سیار به دنبال تکرار پذیری آن و تعریف بازارچه های محلی در مناطق مختلف در بازه های زمانی خاص خواهیم بود. برای طراحی و اجرای پروتکل های غرفه سیار بر روی محصولات

تجاری می باشد.

علی آباد چگونه محصولات خود را تامین می کند؟

این محصولات از طریق جستجوی تیم تأمین در مناطق روستایی شناسایی و به سبب محصولات علی آباد اضافه می شوند. این فرآیند از طریق کانال های ارتباطی برای معرفی محصول از سوی واحدهای تولیدی و شرکای تجاری در حال تکمیل و توسعه می باشد. برای ادامه مسیر تیم ما در صدد است با ایجاد هاب منطقه ای روستایی محصولات و تولیدات را جمع آوری و با انجام آزمایشات سلامت و سپس بسته بندی آن بر غنای محصولات خود بافزانیم و مشارکت روستاییان در راه اندازی فروشگاه های محلی زنجیره ای در مناطق توریستی و گردشگری را بدست آورد.

کمی درباره سیستم فروش محصولات خود توضیح بدهید؟

روش اول فروش تیم سیستم فروش اینترنتی (اشتراک سبب محصول) و کمیسیون خرید جمعی " ایجاد بازار محصولات فصلی در محل فروشگاه یا جشنواره های فصلی مناطق روستایی " که در حال فعالیت است. همچنین در قالب یک فروشگاه اینترنتی محصولات روستایی "Aliabad.net" نیز محصولات قابل ارائه می باشد. مقدمات راه اندازی پلن فروش (B2B) (فروشگاه محصولات سالم) نیز انجام شده و با برخی از فروشگاه های محصولات سالم همکاری هایی تعریف شده است و در نهایت در حال طراحی مدل مشارکت جمعی منطقه و طراحی فروشگاه های محلی در ۴ نقطه پرتردد و توریستی





داشته ایم که ناشی از دانش آنها نسبت به کاری که می‌کنند هست. خود بنده نیز پس از اتمام دانشگاه همواره در مسیر کسب و کاری که کار کردم مشغول به آموختن بودم و در کلاس‌های آموزشی چون مدیریت، منابع انسانی، کارآفرینی مذاکره و فروش و... که همیشه مثل کاتالیزور به مسیر کسب و کار سرعت می‌بخشند و کار را هموار می‌کنند حضور داشتم.

نحوه عبور از سختی‌ها و مشکلات اولیه کار آفرینی و مدیریت اولیه کسب و کاری که ایجاد کردید.

این گونه مشکلات معمولاً سر راه همه هست و من سعی بر نادیده گرفتن این مشکلات داشتم. یادم هست که ما تا ۵ سال بدون مجوز مشغول به کار خود بودیم و بعد از آن تازه مجوز پروانه کسب قاب‌سازی دریافت کردیم.

این مجوز به نسبت کار ما مجوز کمی بود و الان نیز با وجود دریافت دو دوره جایزه فیروزه به عنوان تولید کننده برتر، هنوز مجوز موسسه فرهنگی هنری

رموز موفقیت مدیریت در بیان مدیر ایرانی در حوزه صنایع دستی

محمدحسین احمدی، مرکز آفرینش‌های هنری سلام



واگذار شد، با برند سلام بطور رسمی در بازار شروع به کار کردیم.

تاثیر تحصیلات دانشگاهی در تعیین خط مشی کسب و کار شما

تحصیلات بنده غیر مرتبط با رشته کاری من بوده است. اما معتقد هستم که شور و نشاط حاضر در میان دانشجویان و دانشگاه و اساتید به انسان ایده و خلاقیت می‌دهد. ما الان در طراحی محصولاتمان از کسانی که در رشته‌های طراحی، گرافیک، معماری و طراحی صنعتی کار می‌کنند استفاده می‌کنیم و محصولات خوبی از این دوستان

جرعه‌ورود به حوزه کار آفرینی و صنایع دستی ایرانی

کار آفرینی عموماً امری ذاتی در وجود انسان هاست. اما در حوزه صنایع دستی بحث کمی متفاوت است. ما در این زمینه کار خود را از تاریخ ۸۸/۸۸ مصادف با ولادت امام رضا (ع) شروع کردیم و این کار را با عنوان تغییر ذائقه زائر در خرید سوغات یا تعریف سوغات اسلامی شروع کردیم. این آغاز شروع ما در حوزه سوغات بود که من مسئولیت بخش مالی این کار را بر عهده داشتم. برای این کار از تکنیک‌های صنایع دستی بهره گرفتیم و بعد از این که مدیریت فروشگاه رضوی به آستان قدس

سرمایه بیشتر شده و آن را در بانک گذاشته و افزایش سرمایه میگردیم. از وامهای بانکی استفاده میگردیم و خلاصه مطابق اصل مدیریت ما کوچک کوچک مدیریت داشتیم تا به موفقیت بزرگ و سازمان بزرگی برسیم.

از تجربه تان در زمینه ورود به کسب و کار اینترنتی در کنار کسب و کار سنتی بفرمایید.

ماز همان ابتدا سایتی را کنار کارمان ایجاد کردیم اما این سایت فراز و نشیب داشت. با وجود اینکه سایت ما به تازگی سر و شکل خوبی پیدا کرده اما سفارشات مشتریانی که از طریق سایت با ما آشنا شده اند خوب بوده است. جزو جدانشدنی هر کسب و کار سنتی داشتن یک کسب و کار آنلاین نیز هست. مادر دیجی کالا، فروشی گاهان نزدیک به فروش یک فروشگاه فیزیکی داشته ایم.

چندبار در کسب و کار تان شکست خوردید و چگونه از آن به موفقیت رسیدهاید؟

هیچ کاری نیست که بدون شکست نباشد. اما عامل موفقیت ما بعد از هر شکستی درس گرفتن از آن بوده است. نکته قوت ما در شروع این بوده که ۳ نفر بودیم. دو نفر دیگر امور خلاقانه و من بحث امور مالی و نیروی انسانی را داشتیم. هر گاه در مرحله ای شکست میخوردیم یک قسمت شکست می خورد اما بخش دیگر فعالیت خود را ادامه میداد.

الگوی کسب و کار موفق برای شما چه کسی بوده است؟

من همواره سعی میکردم الگوهای زیادی برای ایجاد مدل در کسب و کار مان بگیرم. وقتی کنار افراد فعال در مجموعه های موفق مینشستم و از مدل فروش، تیم، بازاربایی، طراحی محصول، تحقیق و توسعه... آنها سوال میکردم و از سخنان بزرگان جهان در حوزه کسب و کار استفاده میکردم. این موارد رو در سیستم خودمان نیز پیاده میکردم. در واقع من نقاط قوت آنها را استفاده میکردم. امیرالمومنین میفرماید: کسی که از تجربه دیگران استفاده نکند خود او، تجربه دیگران خواهد شد.

توصیه شما برای کار آفرینان

توصیه من این است که هیچ گاه خسته نشوید و از تلاش و صبر همیشگی در راه مشکلات بهره ببرید. همواره بر رسیدن به هدف مصر باشید تا بتوانید مسیر خودتان را درست رفته و به هدف برسید. برای همه خوانندگان این گفتگو آرزوی موفقیت دارم.



از نظر شما راه اندازی کسب و کار بصورت انفرادی ممکن است؟

راه اندازی کسب و کار بصورت انفرادی نیز ممکن است اما همه اینها بستگی به هدفی دارد که یک فرد برای خودش در نظر دارد. اگر فردی قائل به رشد سیستمی باشد سرعت کسب و کارش و رشد آن بیشتر میشود.

من همواره بصورت فردی خیلی کم کار کرده ام. بعضا میگویند این حسن است و بعضا آنرا عیب می دانند.

هر جایی که شروع به کار کردن کرده ام چند نفر نیز همراهی کرده اند. اینها بستگی به شخصیت آدم دارند.

به نظر من برای رشد یک کسب و کار به معنای واقعی وجود تیم و نگاه سیستمی تاثیر دوچندانی دارد. اگر در یک کسب و کار فردی فرد به دلیلی حضور نداشته باشد آن کسب و کار تعطیل میشود اما اگر کسب و کار شما تیمی و سیستمی باشد، این کار عمر دراز مدت دارد و قائم به فرد نیست و تیم و مجموعه آنرا به جلو می برند و سرعت بیشتر به کسب و کار می دهند.

با چالش سرمایه اولیه برای شروع کار چه کردید؟

ما اول کار با ۶ میلیون تومان شروع کردیم. ما در ابتدا یک مرجع خوبی به نام فروشگاه رضوی برای فروش داشتیم اما پس از کنار رفتن آن ما سعی کردیم ابتدا بفروشیم بعد تولید کنیم، یعنی ابتدا نمونه را تولید کرده و سپس روی نمونه کار مانور می دادیم و تبلیغات انجام میدادیم. در ابتدا تست محصول را انجام میدادیم و پس از جواب مثبت بازار شروع به تولید بیشتر آن میکردیم. با این کار کم

دریافت نکرده ایم. اما همیشه سعی ما بر نادیده گرفتن این مشکلات بوده است. ما سعی داشتیم مانند جریان رود باشیم که می گویند آب رودخانه با رسیدن به سنگ صبر نمیکنند، یا از روی سنگ عبور می کند یا از کنار سنگ.

فعالیت های عمومی روزانه یک مدیر موفق مثل شما.

من ادعای موفقیت ندارم اما یکی از عمومی ترین فعالیت من این است که به تک تک دغدغه های نیروهای مجموعه پاسخ می دهم. من مانند سایرین صبح از خانه به محل کار می روم. معمولا سعی دارم کارهایم را تفویض کنم و به این باور رسیده ام که همه کارهای مجموعه را نمی توانم به تنهایی انجام بدهم. نیروهایم را در اختیار گرفتم که کارآمد باشند تا این دسته کارها به آنها واگذار شود. کار زیاد، نشاط، تلاش، و خسته نشدن از کارهای اداری و سنگ اندازی ها جزو کارهای لازم یک مدیر موفق است.

دانش مدیریت را چگونه بدست آوردید. کاربرد آن در کسب و کار تان.

من دانش مدیریت را تجربی و در حین کار به دست آوردم. این کار را تایید نمیکنم اما اینکه مجموعه سلام قدم به قدم رشد کرد باعث شد ما خواه یا ناخواه تجربه کسب کنیم. امیرالمومنین (ع) می فرماید تجربه بزرگترین دانشی است که یک فرد می تواند به دست بیاورد. دانش مدیریت هم تجربه ای است که من به دست آوردم اما هم زمان نیز با حضور در کارگاه های آموزشی مرتبط با مدیریت بصورت کلاسیک، آن را در مجموعه خودمان نیز خصوصی سازی میکردم.

- به نظر من برای رشد یک کسب و کار به معنای واقعی وجود تیم و نگاه سیستمی تاثیر دوچندانی دارد. اگر در یک کسب و کار فردی فرد به دلیلی حضور نداشته باشد آن کسب و کار تعطیل میشود اما اگر کسب و کار شما تیمی و سیستمی باشد، این کار عمر دراز مدت دارد و قائم به فرد نیست و تیم و مجموعه آنرا به جلو می برند و سرعت بیشتر به کسب و کار می دهند



مبادی معرفی شرکت‌های خلاق

صندوق پژوهش و فناوری کریمه

صندوق پژوهش و فناوری کریمه از جمله صندوق‌هایی است که به منظور ایجاد زمینه‌های مشارکت و سرمایه‌گذاری بخش غیردولتی و حمایت کمی و کیفی از فعالیت‌های پژوهشی کاربردی - توسعه‌ای و همچنین ارائه خدمات مالی ویژه و منحصر به فرد به کارآفرینان متخصص و نوآوران در سال ۱۳۹۳ شروع به فعالیت کرد. در این خصوص در خدمت دکتر علیرضا باباخان مدیرعامل این صندوق هستیم تا در خصوص معرفی این صندوق پژوهش و فناوری ماموریت‌های آن به گفتگو بنشینیم.

از شخصیت‌های حقیقی و حقوقی را نیز شکل داده است، تلاش می‌کند تمام الزامات یک شرکت فناوری و دانش‌بنیان را در محورهای زیر حل نماید:

- تأمین مالی
- صدور ضمانت‌نامه
- توسعه بازار
- مدیریت تولید و عملیات
- مدیریت منابع انسانی
- مدیریت مالی
- بهبود مدل کسب و کار
- تأمین نیازهای فنی و فناوریانه

البته همانطور که ذکر شد توضیح دقیق‌تری از خدمات در ادامه بیان می‌گردد.

سرمایه‌گذاری خطرپذیر:

شرکت‌های دانش‌بنیان و کسب و کارهای نوپا (Startup)، غالباً بر پایه توانمندی‌های



توانمندسازی، توسعه بازار و غیره، تشکیل شده و تاکنون هم موفق به ارائه خدمات به بیش از ۱۲۰۰ شرکت فناوری و دانش‌بنیان در سطح کشور شده است.

اهداف و محورهای فعالیت مجموعه شما چیست؟

با توجه به اینکه صندوق کریمه هدف خود را حل مسائل شرکت‌های فناوری و دانش‌بنیان قرار داده و در این زمینه، ضمن تقویت تیم‌های کارشناسی درون‌سازمانی خود، شبکه‌ی توانمندی

علیرضا باباخان هشتمین دارای مدرک کارشناسی مهندسی صنایع و کارشناسی ارشد مدیریت فناوری و دکترای سیاست‌گذاری علم و فناوری از دانشگاه علم و صنعت ایران.

یک معرفی اجمالی از این صندوق می‌فرمایید؟

صندوق کریمه مشابه تمامی صندوق‌های پژوهش و فناوری در سطح کشور، با هدف همکاری با شرکت‌های فناوری و دانش‌بنیان در حل مسائل پیش‌رو از قبیل اخذ ضمانت‌نامه، تأمین مالی،



که به تأیید معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز رسیده است، یک ارزش کمینه و یک ارزش بیشینه برای دانش فنی، با محاسبه کامل شاخص‌های بازار و غیره بدست آمده و در نهایت، ارزش بهینه در داخل این دو عدد با کمک روش‌های ریاضی و دقیق، محاسبه می‌گردد. این موارد بخشی از خدمات قابل ارائه این صندوق بود که جهت آشنایی بیشتر معرفی شده است. خوانندگان این مصاحبه می‌توانند با مراجعه به سایت <http://krff.ir> اطلاعات بیشتر در خصوص خدمات ما را به دست بیاورند.

خدمات قابل ارائه‌ای که شرکت شما به شرکت‌های صنایع خلاق و فرهنگی می‌تواند داشته باشد چیست؟

محورهایی که در پاسخ به سوال قبل مطرح شدند، مبتلا به شرکت‌های صنایع خلاق و فرهنگی نیز هستند و صندوق کریمه نه تنها خدمات فوق را به شرکت‌های خلاق ارائه می‌کند، بلکه در فرایند اعطای خدمات فوق‌الذکر هم از متخصصین مرتبط استفاده می‌کند و هم به دلیل اولویتی که به این حوزه از کسب و کار قائل است، تخفیف‌هایی تا ۵۰٪ را به شرکت‌های خلاق و فرهنگی ارائه می‌نماید.

چه آماری از خدمات قابل ارائه صندوق به مجموعه‌ها در دست دارید؟

ردیف	عنوان	تعداد/مبلغ (میلیارد ریال)
۱	تسهیلات وام	۳۶۰
۲	لیزینگ	۴۹۹
۳	ضمانتنامه	۶۴۴
۴	توانمندسازی	۳۸۸

- با توجه به نیاز شرکت‌های دانش‌بنیان به خرید و فروش دانش فنی، صندوق کریمه خدمت ارزشگذاری دانش فنی را به تمامی شرکت‌های علاقه‌مند و به خصوص به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌نماید

کریمه این آمادگی را دارد ضمن ارائه خدمات ارزیابی بسیار دقیقی و موشکافانه که پیش‌تر بحث شد، با در اختیار گرفتن منابع مالی سرمایه‌گذاران، اقدام به راهبری طرح‌های سرمایه‌گذاری به نمایندگی از سرمایه‌گذاران کرده و تعامل اثربخش با سرمایه‌گذار و نیز سرمایه‌پذیر (شرکت) برقرار نماید و با ایجاد شفافیت در راهبری، همه‌ی ذی‌نفعان را از آخرین وضعیت طرح و شرکت، مطلع کند.

عارضه‌یابی و حل مسئله

با توجه به شبکه‌ی گسترده‌ی متخصصان همکار با صندوق کریمه، این صندوق مبادرت به ارائه خدمت عارضه‌یابی به شرکت‌های صنعتی و به خصوص شرکت‌های دانش‌بنیان می‌کند. همانگونه که توضیح داده شد، شرکت‌های دانش‌بنیان به دلیل ضعف‌های فراوان مدیریتی، دچار عارضه‌ها و مسائلی هستند که باعث می‌شود منابع خود را به خوبی نتوانند مدیریت کنند و لذا بهره‌وری کافی از ایشان مشاهده نمی‌شود. صندوق کریمه آمادگی خود را جهت شناسایی مسائل و نیز حل آن‌ها در شرکت‌های صنعتی اعلام می‌دارد.

ارزش‌گذاری دانش فنی

با توجه به نیاز شرکت‌های دانش‌بنیان به خرید و فروش دانش فنی، صندوق کریمه خدمت ارزشگذاری دانش فنی را به تمامی شرکت‌های علاقه‌مند و به خصوص به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌نماید. مدل ارزشگذاری صندوق کریمه،

فنی و فناورانه بالا تاسیس شده و علی‌رغم توان مهندسی قابل قبول، از نظر مهارت‌های مدیریتی نظیر بازاریابی، منابع انسانی، ساختارها و روش‌ها، تامین مالی، حقوقی، تجاری‌سازی و غیره، دارای ضعف‌های فراوانی هستند. از این رو، وجود نهادهایی که بتوانند علاوه بر تزریق منابع مالی، در سایر ابعاد مورد نیاز شرکت نیز خدمات ارائه کنند، ضروری است. صندوق پژوهش و فناوری کریمه این آمادگی را دارد که علاوه بر تزریق منابع مالی خود در سایر حوزه‌های مورد نیاز شرکت‌ها نیز اقدام به توانمندسازی و ارائه خدمات نماید.

ارزیابی سرمایه‌گذاری خطرپذیر

یکی از مراحل مهم در فرایند سرمایه‌گذاری خطرپذیر عبارت است از ارزیابی VC در این نوع از ارزیابی که ویژه‌ی سرمایه‌گذاری خطرپذیر طراحی شده است، ارزیابان حرفه‌ای صندوق کریمه مبادرت به ارزیابی شرکت‌ها می‌کنند. این ارزیابی که در کشور ایران برای اولین بار انجام می‌شود، از جامعیت بالایی برخوردار بوده و با دربرداشتن بیش از ۸۰۰ معیار ارزیابی، باعث می‌شود تا یک شرکت از تمامی ابعاد مورد بررسی موشکافانه قرار گیرد.

مشارکت و سرمایه‌گذاری در ایجاد، توسعه، راهبری و توانمندسازی شرکت‌های پژوهشی و فناوری و دانش‌بنیان

این خدمت به کسانی تعلق می‌گیرد که هنوز موفق به توسعه کامل ایده‌ی کسب و کار خود نشده‌اند. لذا، متناسب با جایگاه بلوغ ایشان مسیر آینده‌ی رشد ایده با کمک یک راهنمای تخصصی (Mentor) که از سوی صندوق کریمه انتخاب می‌شود، طی خواهد شد.

راهبری طرح‌های سرمایه‌گذاری به

عنوان شریک مدیریتی

سرمایه‌گذاری در طرح‌های صنعتی، به خصوص در طرح‌هایی که سهم دانشی بالایی را دارند، همواره با ریسک بالا نیز مواجه است. صندوق



باغ بازار، سامانه آنلاین رویدادهای کشاورزی



«باغ بازار» یک استارت آپ ایرانی و از واحدهای فناور مستقر در مرکز رشد رویش جهاد دانشگاهی است که بستر آنلاینی را برای برگزاری رویدادهای کشاورزی به وجود آورده است. سام صغوی هم بنیان گذار این مجموعه ۴۰ ساله است و در خصوص نحوه پیدایش باغ بازار و علت انتخاب این حوزه برای ایجاد کسب و کار می گوید:

باغ بازار چه ارزش و رفاهی برای خانوادهها ایجاد می کند؟

کشاورزی هم مانند بقیه مشاغل یک حرفه است و در آن آدم مسئولیت پذیر داریم و هم آدم بی مسئولیت. همه ی ما می دانیم مثلاً از یک پزشک مسئولیت پذیر باید چه انتظاراتی داشته باشیم اما شاید همه ی ما در مورد این که یک کشاورز مسئولیت پذیر چه کارهایی باید بکند یا نکند ایده ای نداشته باشیم. من می توانم به شما بگویم یک کشاورز مسئولیت پذیر چه می کند و چه نمی کند.

مثلاً در مورد مصرف آب، به صورت داوطلبانه تدابیری می اندیشد تا آب کمتری از چاه بیرون بیاورد یا آب بیشتری ذخیره کند و هرگز ممکن نیست فکر حفر چاه غیر مجاز و سوسه اش کند. خوب حالا یک سوال: خانواده ی شهر نشین از چه راهی می تواند یک کشاورز مسئول را پیدا کند تا مستقیماً سفارشش را به او بدهد؟ پاسخ "باغ بازار" است.

به صورت خلاصه "باغ بازار" بستری را فراهم می کند تا خانواده های شهری بتوانند محصولات مورد نیاز خود را در فصل خودش مستقیماً به بهترین کشاورزان ایران سفارش بدهند و ضمن به دست آوردن محصول کاملاً رسیده، تازه، سالم و خوش مزه با یک قیمت منصفانه،



«باغ بازار» سامانه آنلاین رویدادهای کشاورزی است که هدف آن حمایت اجتماعی از کشاورزی مسئولانه ی ایرانی است

کشاورزی) ایرادات مدل کشف شد و نهایتاً به شکل شسته و رفته ی فعلی یعنی "باغ بازار" درآمد.

باغ بازار چیست؟

"باغ بازار" سامانه ی آنلاین رویدادهای کشاورزی است که هدف آن حمایت اجتماعی از کشاورزی مسئولانه ی ایرانی است. هر "باغ بازار" یک رویداد است که در یک یا چند باغ یا مزرعه و به منظور فروش یک یا چند محصول توسط یک یا چند کشاورز مسئولیت پذیر ایرانی برگزار می شود. خانواده ها به صورت حضوری یا آنلاین به "باغ بازار" سفارش می دهند و نهایتاً ۴۸ ساعت بعد از پایان "باغ بازار" محصولشان را درب منزل تحویل می گیرند.

من فرزند یک خانواده کشاورز اهل جنوب کرمان هستم. حرفه ی خانوادگی ما به نوعی کشاورزی و مشخصاً مدیریت کشاورزی بوده است و ما ذاتاً به کشاورزی و دامداری تعلق خاطر داریم. من و برادرم - که هم بنیانگذار دیگر باغ بازار است - همیشه یک رویا در سر داشتیم و آن اینکه بتوانیم منابع مالی که در خانوارهای شهری هست را به صورت مدیریت شده به سمت مزرعه ها و باغ ها هدایت کنیم تا باعث ایجاد ارزش برای همه ی طرف ها بشود. جان ایده ی ما همان "کشاورزی حمایت شونده به وسیله ی جامعه" است. ما این ایده را به وسیله ی ایجاد یک استارت آپی که در واقع نسخه ی اولیه ی همین باغ بازار محسوب می شد اجرایی کردیم. بعد از حدود ۴ دوره ی ۶ ماهه (۴ فصل

استارت آپی که صرفاً بر رویدادهای کشاورزی متمرکز بوده باشد نیست. تیم باغ بازار امکانات تولید محصولات کاملاً ارگانیک به میزان وسیع و نیز شبکه بسیار بزرگی از کشاورزان ریشه دار و مسئولیت پذیر ایرانی را در کنار خود دارد که برای حمایت از باغ بازار اقدامات عملی مقتضی را انجام داده و خواهند داد.

چگونه یک درخواست برای برگزاری رویداد باغ بازار را می پذیرید؟

اولین گام، ارایه ی درخواست از سوی کشاورز به باغ بازار به صورت آنلاین است و کار خیلی ساده ای هم هست. چنانچه اهلیت کشاورز به عنوان یک کشاورز مسئولیت پذیر محرز گردد، بررسی کیفیت و قیمت محصول در دستور کار قرار می گیرد و در صورت تایید نهایی، طبق زمان پیشنهادی کشاورز، یک باغ بازار برنامه ریزی می گردد.

چه مشکلاتی سراهتون حس می کنین؟

ما مشکل خاصی نداریم اما باید بگوییم ترس های مهمی داریم از جمله بیم از وجود تورم بالا و چالش های کلان اقتصادی جدی تر و شاید اصلاً عدم اطمینان نسبت به سال جاری، کاهش تبعی قدرت خرید خانوارهای طبقه متوسط شهری که اتفاقاً مهم ترین حامیان ما هستند و هم چنین کاهش تولید محصولات کشاورزی در چارچوب کشاورزی مسئولانه به دلیل مسایل کلان اقتصادی کشور؛ زیرا در شرایط بحران، میل به بقا به هر قیمتی، ارزش های اصیل تر مانند تعهد به کشاورزی مسئولانه را تحت الشعاع قرار می دهد.

از معاونت محترم علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان محترم جهاد دانشگاهی به خاطر زمینه هایی که برای توسعه زیست بوم استارت آپی کشور فراهم کرده اند و کوشش های صادقانه و متعهدانه شان سپاسگزاریم.

میزان بازار شما تو این مدت راه اندازی چه قدر بوده؟

ما فعلاً فقط در شهر های تهران و کرمان فعالیت می کنیم البته محل برگزاری باغ بازار ها در سراسر ایران بوده است. منظورم این است که فعلاً فقط کاربران تهرانی و کرمانی سامانه می توانند به باغ بازار سفارش بدهند. اما قطعاً هدف باغ بازار فعالیت در تمام مناطق شهری و روستایی ایران است.



- رویدادهای کشاورزی مانند جمعه بازارها و شبیه بازارها از قدیم در همه ی مناطقی که صاحب کشاورزی بوده اند در سراسر جهان برگزار می شود.
- هر «باغ بازار» یک رویداد است که در زمان خاص، در یک مکان خاص، حول موضوع خاص و به وسیله ی شخص خاصی برگزار می شود.

میزان سفارش کاربران، از میزان محصول کشاورز بیشتر بود و کشاورز درخواست کرد که به اصطلاح سایت بسته شود. این یعنی کاربران باغ بازار به هدفشان در حمایت از کشاورز رسیده بودند. مطمئناً این کشاورز سال آینده امیدوار تر و مسئولیت پذیر تر از قبل به کارش ادامه می دهد.

مخاطبان چگونه از زمان برگزاری این باغ بازارها مطلع می شوند؟

به صورت ارسال پیامک از طریق سامانه باغ بازار و یا دنبال کردن باغ بازار در شبکه های اجتماعی و یا مراجعه به سامانه به نشانی www.baghbazar.com

مزیت کار شما نسبت به نمونه های مشابهتون در کشور چیه؟ آیا اصلاً نمونه مشابه دارید؟

تیم ما مبدع ایده ی "کشاورزی حمایت شونده به وسیله ی جامعه" در ایران و اولین تیمی بود که چنین استارت آپی را راه اندازی کرد. اگر چه خوشبختانه فروشگاه های آنلاین و استارت آپ های دیگری هم هستند که زمینه ی خرید مستقیم برخی محصولات خاص از کشاورزان را فراهم آورده اند اما باغ بازار از نظر شکل اجرا مشابهی در داخل کشور ندارد و در خارج کشور هم تا آنجا که من اطلاع دارم،

دست واسطه ها را از روزی کشاورزها و سفره ی خودشان کوتاه کنند.

رویدادهای کشاورزی که شعار اصلی این سامانه است دقیقاً چیست؟

رویدادهای کشاورزی مانند جمعه بازارها و شبیه بازارها از قدیم در همه ی مناطقی که صاحب کشاورزی بوده اند در سراسر جهان برگزار می شده و می شود. هر "باغ بازار" یک رویداد است که در زمان خاصی (معمولاً فصل برداشت محصول) در یک مکان خاصی (باغ یا مزرعه یا منطقه) حول موضوع خاصی (محصول یا محصولات) به وسیله ی شخص خاصی (کشاورز مسئولیت پذیر) برگزار می شود و کاربران باغ بازار (خانواده ها) به صورت حضوری یا آنلاین به هر "باغ بازار" که مایل باشند مراجعه می کنند و به هر میزان که بخواهند از باغ محصول سفارش می دهند.

حجم بازاری که در باغ بازار به دست آورده اید چه مقدار است؟

ما هنوز در شروع مسیر هستیم و به معنی واقعی یک استارت آپ هستیم. رشد ما تا الان خیلی خوب بوده و هر هفته بین ۳۰ تا ۵۰ درصد کاربر جدید به کاربران ما اضافه می شود. نکته جالب این که در همان هفته ی دوم باغ بازار،





ارسال کالاها رو به چه استانهایی پوشش میدید و آیا برای ارسال مبلغی دریافت میکنین؟

گیلیمو با شرکت پست قرارداد داره و به همین سبب به تمام شهرهای کشور محصول رو ارسال می‌کنیم. هزینه‌ای که بابت ارسال دریافت میشه ناچیز هست ولی برای خریدهای بالاتر از ۱۰۰ هزار تومان ارسال رایگان هست.

مزیت کار شما نسبت به نمونه‌های مشابهتون در کشور چیه؟

کاهش تعداد واسطه‌ها و تولید محصولات جدیدتر و خلاقانه‌تر نسبت به نمونه‌های مشابه باعث شده که هم هنرمندان و هم مشتری‌ها نسبت به همکاری با گیلیمو راغب باشن. با توجه به کاهش قدرت خرید مردم این روزها صنایع دستی در حاشیه هست و جایی رو در سبد خرید خانواده‌ها نداره. بنابراین تلاش میکنیم که با طراحی و تولید محصولات جدیدتر تاثیری بر اقتصاد صنایع دستی منطقه داشته باشیم.

آیا برنامه‌ای برای ورود به عرصه بین‌الملل هم دارین؟

فعلا خیر ولی در آینده حتما. همون جمله‌ی معروف که میگه بزرگ فکر کن و کوچک قدم بردار رو پیش گرفتیم. با کارهای کوچک سعی داریم که گیلیمو رو پایه پله پرورش بدیم تا تجربه کافی رو برای ورود به بازارهای بین‌المللی داشته باشیم.

چه مشکلاتی سراهتون حس میکنین؟

همونطور که بالا گفتم مشکلات اقتصادی مردم باعث شده فقط گیلیمو، بلکه خیلی از شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های نوپا از هدفی که داشتن و برنامه‌ریزی کردن دورمون. کاهش قدرت خرید مردم باعث شده که صنایع دستی الویت چندم مردممون باشه. از طرفی هم افزایش قیمت مواد اولیه، هزینه‌های بسته‌بندی و ... باعث شده که کمی آهسته‌تر قدم برداریم. امیدواریم که در سال ۹۸ این مشکلات کمتر بشن تا کسب و کارهای نوپا مثل گیلیمو بتونن بیش از پیش به هدفی که داشتن برسن.

میزان بازار شما تو این مدت راه اندازی چه قدر بوده؟

ما در مدت چند ماهی که گیلیمو راه اندازی شده حدود ۱۵۰ سفارش خرید محصول و سفارش اختصاصی داشتیم و امیدواریم که در نیمه‌ی اول سال ۹۸ هم گام‌های بزرگتری رو برداریم. البته این هم بستگی به اوضاع اقتصادی داره و رشد بازار با توجه به اینکه صنایع دستی یک کالای مصرفی نیست رابطه مستقیم با قدرت خرید مردم داره. تلاش میکنیم تا در سال جدید سهم بیشتری رو از بازار آنلاین صنایع دستی و هنری جذب کنیم.

فروشگاه آنلاین آسان و قابل اعتماد خرید صنایع دستی و هنری «گیلیمو»



این روزها فضای کسب و کارهای آنلاین به ویژه در زمینه فروش بسیار گرم شده. تعداد زیادی هم فروشگاه آنلاین در سراسر کشور در زمینه فروش تولیدات روستایی، محلی، صنایع دستی و هنری مشغول به فعالیت هستند اما امروز می‌خواهیم درباره یکی از این شرکت‌های خلاق که کارشون رو چند ماهه آغاز کردن صحبت کنیم و با مزیت‌های اون‌ها که با هدف حذف واسطه در عرصه فروش صنایع دستی کارشون رو شروع کردن آشنا بشیم. کارن آهنگری بنیان‌گذار و مدیر عامل این مجموعه‌ی یک ساله است و در خصوص نحوه پیدایش گیلیمو و علت انتخاب این حوزه برای ایجاد کسب و کار می‌گوید.

تماشاکنید



طریق پلتفرم گیلیمو این امکان رو فراهم کردیم که کاربر با مارتراحت‌تر در ارتباط باشه و طرح دلخواش رو با خصوصیتی که می‌خواهد درخواست بده. این باعث شده که اول تقاضا ایجاد بشه و بعد محصول عرضه بشه که باعث شناخت بیشتر سلیقه‌های امروزی و تولید محصولات جدیدتر هم میشه.

به چه روشی با تولیدکننده‌ها و هنرمندان در ارتباط هستین؟ روش خرید محصولات و ارائه اون‌ها در گیلیمو به چه شکلی هست؟

تولیدکننده‌ها رو از طریق شبکه‌های مجازی و حضور در کارگاهشون شناسایی میکنیم. خیلی از هنرمندان به صورت انفرادی محصولاتشون رو در شبکه‌های اجتماعی بدون هیچ اسمی به فروش می‌رسوند و ما در حال جمع‌آوری هنرمندان هستیم. ما خرید انجام نمیدیم، به جز محصولاتی که خودمون تولید میکنیم در کنارش محصولات تولید شده توسط هنرمندان رو هم ثبت و تبلیغ می‌کنیم. بنابراین انبار نداریم.

آیا علاوه بر کسب درآمد از طریق سایت گیلیمو بستر دیگه‌ای هم دارین؟

تنها از طریق پلتفرم وب گیلیمو و دو شبکه اینستاگرام و تلگرام محصولاتیمون به فروش میره و تاکید ما بیشتر بر روی فروشگاه اینترنتی هست تا بتونیم کاربرها رو از شبکه‌های مجازی به سایت هدایت کنیم.

گیلیمو رو برای ما تعریف کنین؟

گیلیمو یک بازار آنلاین صنایع دستی و هنری به خصوص بافته‌های داری است که تلاش میکنه محصولات تولید شده توسط هنرمندان منطقه رو با کیفیت و برند گیلیمو در بستر وب به نمایش بذاره. فاز اول ما استان اردبیل هست و در فازهای بعدی شمالغرب کشور رو پوشش می‌دیم. ما بواسطه اینکه در یک منطقه محروم زندگی می‌کنیم شاهد کاهش درآمد هنرمندانی هستیم که از این راه امرار معاش می‌کردند و این باعث شده تا گیلیمو رو راه اندازیم کنیم و در تلاش برای فروش محصولات این مردم باشیم.

چه نیازی از مخاطبانتون رو میتونین پاسخ بدین؟

ما خرید صنایع دستی رو آسون کردیم. عکاسی، تولید محتوای متنی، ویدیویی و پادکست، تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی، بررسی محصول و ثبت تمامی مشخصات، روش‌های نگهداری محصول صنایع دستی بعد از خرید و این‌ها مواردی هستند که گیلیمو برای کاربرانش انجام میده. در کنار این‌ها ما طبق سلیقه‌ی کاربرها و مشتری‌ها مون گیلیمو و صنایع دستی‌شون رو تولید می‌کنیم. ممکنه یکی مثلا گیلیمو صورتی رنگ بخواد ولی تو بازار که هیچ، تو اینترنت هم سخت میتونه پیدا کنه. بنابراین ما از

- بواسطه اینکه در یک منطقه محروم زندگی می‌کنیم شاهد کاهش درآمد هنرمندانی هستیم که از این راه امرار معاش می‌کردند و این باعث شده تا گیلیمو رو راه اندازیم کنیم و در تلاش برای فروش محصولات این مردم باشیم



مبادی معرفی شرکت‌های خلاق

اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی

در خصوص معرفی و فعالیت‌های اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی گفتگویی با رضا الفت نسب سخنگوی اتحادیه کسب و کارهای اینترنتی ترتیب دادیم.

**فضای رشد
استار تاپی از نقطه
نظر کمی فضای
خوبی است، به
شرط آنکه شرایط
اقتصادی امروز را
نادیده نگیریم**

مرکز امور اصناف امور بازرگانان و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری جهت دریافت برنامه‌های حمایتی ارسال شده است.

شرایط عضویت در اتحادیه به چه شکل است؟

برای عضویت افراد باید کسب و کار آنلاین یا نماد اعتماد الکترونیکی داشته و همچنین دارای پرونده مالیاتی باشند.

بیشترین مشکلاتی که کسب و کارهای آنلاین و استار تاپی با آنها مواجه هستند کدامند؟

ببینید کسب و کارهای آنلاین و استار تاپی با توجه به نوپا بودنشان، دارای یک سری تعارضات با برخی سازمانهای دولتی و کسب و کارهای سنتی هستند. در خصوص سازمانهای دولتی به نظر می‌رسد قوانین بروز نشده و بسیاری از سازمانها با این کسب و کارها آشنایی کافی را ندارند. به طور مثال این کسب و کارها دارای مشکلات جدی در زمینه بیمه و مالیات هستند که با توجه به پیگیری‌هایی که تاکنون بعمل آمده، هنوز این مشکل برطرف نشده است.

فضای رشد استار تاپها را در ایران چگونه می‌بینید؟

فضای رشد استار تاپی از نقطه نظر کمی فضای خوبی است، به شرط آنکه شرایط اقتصادی امروز را نادیده نگیریم. چرا که شرایط اقتصادی حاکم، باعث شده امروز بسیاری از استار تاپهای فعال به استثنای برخی استار تاپهای خدماتی، خیلی بازارشان گسترش پیدا نکند و افت فروش داشته باشند که امیدواریم با بهبود شرایط موجود و در سال‌های انتهایی دهه جاری بیش از پیش شاهد توسعه و گسترش اقتصاد دیجیتالی باشیم.

آیا بستری برای شنیدن صدای شرکت‌ها و کسب و کارهای این حوزه دارید؟

بله وجود تشکل‌ها و اتحادیه‌ها از جمله این بسترها هستند. علاوه بر این نهادهای تازه‌گی سامانه‌ای از سوی اتحادیه کشوری ایجاد شده که استار تاپ‌های عضو غیر عضو اتحادیه در سراسر کشور می‌توانند مشکلات و موانع کسب و کار خود که توسط سازمان

آقای الفت نسب هدف از شکل‌گیری اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی چیست؟

هدف از تشکیل اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی، ساماندهی و نظارت بر کسب و کارهای صنفی که بر بستر فضای مجازی مشغول به فعالیت هستند، می‌باشد. در واقع این اتحادیه بر اساس قانون نظام صنفی اداره و ذیل اسناد اصناف ایران بوده و مرکز امور بازرگانان از طرف دولت بر روی این اتحادیه‌ها نظارت دارد.

از شروع فعالیت این اتحادیه چه اقدامات مهمی انجام گرفته است؟

در این خصوص و با توجه به نوپا بودن این اتحادیه، هدف اصلی این اتحادیه رسیدگی به اختلافات موجود میان کسب و کارهای آنلاین و کسب و کارهای سنتی و برخی از دستگاه‌های دولتی بوده و با تعاملات صورت گرفته با اتحادیه‌های سنتی، مراکز نظارتی مانند اماکن، پلیس فتا و... برخی از این مشکلات حل و فصل شده‌اند. از سایر اقداماتی می‌توان به صدور مجوز فعالیت کسب و کارهای آنلاین اشاره کنم که امروز صاحبان این کسب و کارها می‌توانند از هر نقطه‌ای از کشور و بدون نیاز به مراجعه حضوری، مجوزهای مربوطه را دریافت کنند به طوری که هیچ سازمانی نمی‌تواند معارض آن باشد.

تدوین آیین‌نامه‌ای با همکاری سازمان تأمین اجتماعی از دیگر اقداماتی است که در صدد پوشش مباحث بیمه‌ای افرادی که به شکل دور کاری و فریلنسری در حوزه کسب و کارهای آنلاین مشغول به فعالیت هستند بوده و امیدوارم در آینده‌ای نزدیک این آیین‌نامه به اجرا برسد.

حضور در ایونت‌ها و نقش آفرینی و معرفی کسب و کارهای مجازی و استار تاپ‌ها و راه‌اندازی کمیسیون‌های شکایت، بازرسی و حل اختلاف اقدامات دیگری بوده که هر یک از این کمیسیونها بسته به وظایف خود، پرونده‌هایی را بررسی کرده‌اند. به طور کلی اقدامات صورت گرفته توسط این اتحادیه در جهت کاهش مشکلات کسب و کارهای آنلاین بوده و تاکنون نزدیک به ۲۲۰۰ نامه به سازمانهای مختلف از جمله اداره اماکن به منظور رفع پلمپ و

های دولتی و حاکمیتی برای آنان ایجاد شده را در این سامانه ثبت نمایند.

پس از ثبت موارد، اتحادیه نسبت به بررسی و پیگیری مشکلات اعلام شده اقدام می‌نماید. همچنین افراد می‌توانند با دریافت کداز این سامانه اقدام به پیگیری مشکل خود نمایند.

در حال حاضر با چه سازمانهایی تفاهم‌نامه همکاری امضا شده است؟

در این راستا اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی به منظور ارجاع شکایات کسب و کارهای مجازی به اتحادیه و بررسی تخصصی این شکایات در اتحادیه با سازمان صنعت، معدن و تجارت تفاهم‌نامه‌ای را به امضا رسانده است. از سایر تفاهم‌نامه‌ها با سازمانهای دیگری می‌توانم به پلیس فتا و پلیس اماکن و مرکز رسانه‌های دیجیتال اشاره کنم.

اتحادیه یکی از مبادی معرفی شرکت‌های خلاق می‌باشد. آیا برنامه‌ای در خصوص همکاری با دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق دارید؟

بله در راستای همکاری با سازمانها، قصد داریم ذیل تفاهم‌نامه‌ای با دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق که در این خصوص صحبت‌های اولیه‌ای با آن دبیرخانه داشته‌ایم، شرکت‌هایی که از سوی این اتحادیه به دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق معرفی می‌شوند، بتوانند در قالب شرکت‌های خلاق از خدمات و حمایت‌های آن دبیرخانه برخوردار شوند.



گشتی در زیست بوم صنایع خلاق



۲ جشنواره فیلم شهر و فرصتی برای هنرمندان

تا آخر فروردین فرصت دارید فیلم، فیلم کوتاه، مستند و یا انیمیشن های خود را به این جشنواره ارسال کنید. موضوعات این جشنواره که توسط سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران است در حوزه حقوق شهروندی و آسیب های اجتماعی شهری است. هویت شهر و فرهنگ اسلامی-ایرانی نیز یکی دیگر از موضوعات جشنواره است. این جشنواره در مرداد ۹۸ برگزار خواهد شد. این جشنواره هر دو سال یک بار و زیر نظر موسسه تصویر شهر برگزار می شود.



کارگاه آموزشی پرینت سه بعدی در حوزه های مختلف

این کارگاه با حمایت خانه صنعت، معدن و تجارت ایران و همچنین دانشگاه صنعتی اصفهان در کرج برگزار می شود. در این کارگاه به طور خاص در مورد تکنولوژی پرینت سه بعدی و اثر آن در سایر بخش های مختلف علمی و صنعتی فعالیت خواهد داشت. آموزش های لازم برای استفاده از این فناوری در بخش ها و کسب و کارهای مختلف نیز ارائه می شود. حوزه های سلامت و صنایع نیروگاهی و طراحی از جمله هدف های اصلی این کارگاه هستند. چالش های پیش روی این صنعت در ایران بررسی خواهند شد و چشم انداز های استفاده از آن به بحث و تبادل نظر گذاشته می شود.

۳ بحران در فرهنگسراها

گلایه های هنرمندان از فرهنگسراهای سطح تهران به اوج خود رسیده است. بسیاری از هنرمندان و شاعران از اجاره های سنگین فرهنگسراها به کسب و کارهای غیر مرتبط با فرهنگ خبر داده اند. به طوری که این فرهنگسراها به افراد فرهنگی و هنرمندان خدمات رسانی نمی کنند و بیشتر به دنبال استفاده های غیر مرتبط هستند. در حال حاضر نشست های سیاسی برای تبلیغات و برگزاری مجالس تشریفاتی سیاسی نیز یکی دیگر از این مسائل غیر مرتبط با فرهنگ است. این مسائل باعث شده است تا کارکرد فرهنگی آن ها با تغییر هویت همراه شود و باعث دلزدگی هنرمندان از انجام کار فرهنگی می شود و متأسفانه هیچ اقدامی نیز در این راستا تا کنون انجام نشده است.



خبرهایی از تغییرات گسترده در زیست بوم بازی سازی کشور

محمد حاجی میرزایی دبیر جشنواره بین المللی بازی های رایانه ای از گسترش فعالیت های آموزشی در زمینه بازی سازی خبر داد. تخصیص یک بودجه ی کافی و همچنین بهره گیری از پتانسیل های بنیاد ملی بازی های ایرانی یکی از اقدامات اولیه این تغییرات اساسی است. وی اذعان کرد که در این مسیر همکاری با بخش خصوصی نیز ادامه خواهد داشت و این بخش در امور اجرایی انستیتو آموزش بازی سازی نقش مهمی بر عهده خواهد داشت. در اقدام بعدی مسئولیت ها، چارت درسی و استانداردهای آموزشی و کتاب های درسی نیز تعیین گردیده است و به صورت کامل تدوین شده است تا به مرحله ی اجرایی برسد. امید است که با این تغییرات بتوان چالش های پیش روی بازی سازی در ایران را در مسیری صحیح هدایت کرد.



پادکست، موج جدید فرهنگ

سال ۹۷ را می‌توان سرآغاز دنیای پادکست در ایران دانست. یکی از مدیوم‌های پرطرفدار که حالا تعداد زیادی از جوانان در این حوزه به تولید محتوای صوتی مشغولند. این مدیوم در حال حاضر یکی از پرکارترین بخش‌های صنایع خلاق و فرهنگی است و بیشتر در زمینه‌ی کتاب، موسیقی، تاریخ، فرهنگ، ادبیات و هنر و... مشغول به کار می‌باشد. این بخش پتانسیل‌های زیادی در زمینه‌ی کسب درآمد دارد و پادکست‌سازان مستقل در حال حاضر بسیار قدرتمند ظاهر شده‌اند. پیشرفت بزرگی که در این زمینه حاصل شده است تعداد بالای نرم‌افزارهای باکیفیت برای عرضه‌ی پادکست‌ها به صورت آنلاین می‌باشد. این بخش تاکنون هیچ حمایتی از سازمان‌های دولتی دریافت نکرده و با این حال با تمام توان در حال پیشرفت است. به امید موفقیت‌های بیشتر برای پادکست‌سازان مستقل.



دوره‌ی آموزشی تخصصی و پیشرفته خبرنگاری برگزار شد

آموزشگاه رسانه در تهران میزبان برگزاری دوره‌ی تخصصی خبرنگاری بود. دوره‌ای که هم مرتبط با کار آفرینی بود و هم در حوزه‌ی خبر و خبرنگاری حرف‌های تازه‌ای برای گفتن داشت. سرفصل‌های این دوره شامل رسانه‌های فعال، آشنایی کامل با اصول خبری و اخلاق خبرنگاری، عناصر و المان‌های خبری و نحوه‌ی نگارش و تیتربندی و تنظیم خبر بود. همچنین کار آفرینی در این حوزه نیز به طور مفصل مورد بحث و بررسی قرار گرفت و کسب و کارهای مرتبط با این حوزه به طور کامل به بوته‌ی نقد و بررسی گذاشته شد. خروجی این دوره خبرنگارهایی باکیفیت و مستعد هستند که اصول کار آفرینی را هم به خوبی می‌دانند.



جذب سرمایه بزرگترین چالش استارت‌آپ‌های فرهنگی

صنایع خلاق حوزه‌ی فرهنگ همیشه با دغدغه‌های مالی سروکار داشته‌اند. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری قول‌هایی از حمایت از این صنایع فرهنگی داده‌است اما همچنان تا عملی شدن آن فاصله‌ی زیادی باقی مانده است. اما مشکل اصلی در جذب سرمایه‌گذار خصوصی است. معمولاً سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها در مقایسه با بخش‌های فناوری‌های پیشرفته و یا کسب و کارهای حوزه‌ی اقتصاد بسیار کمتر است. این به خودی خود باعث ایجاد یک خلا در اکوسیستم فرهنگی کشور می‌شود. موانع قانونی نیز گاهی باعث برخی مشکلات می‌شوند. از سختی کسب مجوزها و کاغذبازی‌های اداری گرفته تا برگزاری همایش‌ها همواره با سختی‌های همراه بود و خود این مورد باعث شده است تا سرمایه‌گذاران فرهنگی کمتر از این حوزه استقبال کنند.

با این وجود همچنان کسب و کار در حوزه‌ی فرهنگ به راه خودش ادامه می‌دهد و این موانع را به نحوی پشت سر می‌گذارد. اما فراتر از بحث سرمایه‌گذاری، اینجا یک سوال اساسی باقی می‌ماند. چه دلیلی برای ایجاد این موانع قانونی وجود دارد؟ و چرا بستری برای فعالیت بدون دغدغه‌ی صنایع خلاق و فرهنگی ایجاد نمی‌شود؟





فضاسازی و استفاده خلاقانه از تکنیک اهدا کردند و تندیس برنزی فیلم سوم نیز به شیوا صادق اسدی کارگردان و تهیه‌کننده فیلم «یال و کوپال» به دلیل شناخت کامل قابلیت‌های تکنیک و اصلت در شکل روایت اهدا شد. تندیس طلایی بهترین فیلم‌نامه، جایزه دیگر بخش مسابقه ایران جشنواره بین‌المللی پویانمایی تهران را علی زارع قنات‌نوی کارگردان و تهیه‌کننده و هادی سبحانیان برای فیلم «چشم‌انداز خالی» به دلیل انتقال پیامی تأثیرگذار در قالب روایتی زیبا دریافت کردند.

امیر هوشنگ معین هم با دریافت تندیس طلایی عنوان بهترین پویانما (انیماتور) بخش مسابقه ایران را برای فیلم «گرگم و گله می‌برم؟» به کارگردانی امیر هوشنگ معین و تهیه‌کنندگی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان به دلیل بهره‌گیری از ایده‌های خلاقانه در جان بخشی از آن خود ساخت. بهرام عظیمی و یاشار جعفر خانپور نیز تندیس طلایی بهترین فضاسازی را برای فیلم «سیم ششم» به کارگردانی بهرام عظیمی و تهیه‌کنندگی مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی به دلیل حساسیت‌های هنرمندانه و نگاه محققانه در خلق فضاها بر اساس رای داوران به دست آوردند.

در این میان دبیر جشنواره با اهدای جایزه ویژه خود از مهمان جوهریان به دلیل نیم قرن تلاش جهت خلق آثاری ماندگار در هنر پویانمایی ایران قدردانی کرد.

بر اساس این گزارش یک دیپلم افتخار جشنواره از سوی هیات داوران در بخش پویانمایی به حسام جوهری و احسان طاهری برای فیلم «سگی که مرض داشت» به کارگردانی پروین تجوید و تهیه‌کنندگی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان به دلیل تبلور روح فانتزی در جان بخشی، دومین دیپلم برای فضاسازی به امیر هوشنگ



گزارشی از یازدهمین جشنواره دوسالانه پویانمایی تهران

اهدای تندیس‌های طلایی، نقره‌ای و برنزی در کنار دیپلم‌های افتخار به برگزیدگان جشنواره بین‌المللی پویانمایی تهران پایان بخش یازدهمین دوره این رویداد هنری بود که روزهای ۱۲ تا ۱۶ اسفند برگزار شد که گزارش بخشی از جشنواره و جوایز آن در ادامه آمده است.



طلایی فیلم اول این بخش را از آن خود کرد. هیات داوران این جشنواره متشکل از فرخ یکدانه، سعادت رحیم‌زاده، روانبخش صادقی، حامد جعفری، امیر مهران تندیس نقره‌ای فیلم دوم را نیز به امیر هوشنگ معین کارگردان فیلم «گرگم و گله می‌برم؟» و تهیه‌کنندگی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان به دلیل توانمندی و جسارت در

به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل کانون، شامگاه روز ۱۶ اسفند ۱۳۹۷ و در آیینی این جایزه‌ها اهدا شد و بر اساس آن در بخش مسابقه ایران فیلم «روبه» به کارگردانی صادق جواد و تهیه‌کنندگی مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی به دلیل هماهنگی کامل بین تمام بخش‌ها، کارگردانی خلاقانه و اقتباس هنرمندانه تندیس



اختتامیه یازدهمین

جشنواره وب و موبایل ایران

یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران اپلیکیشن مسیر یاب نشان معرفی و تندیس جشنواره به مدیران این اپلیکیشن اهدا شد. تندیس بهترین کسب و کار اینترنتی در سال ۹۷ در حوزه خرید و فروش محصولات ایرانی نیز به اپلیکیشن باسلام تعلق گرفت.

سورنا ستاری در آیین اختتامیه این جشنواره با بیان اینکه دانشگاه‌ها باید در صد قابل توجهی از درآمد خود را از محل فروش تکنولوژی دریافت کنند و باید این فضا تقویت شود، اظهار کرد: باید سرمایه‌گذاران نیز به این فهم برسند که چگونه می‌توانند از ظرفیت استارت‌آپ‌ها استفاده کنند. وی با بیان اینکه خوشبختانه اکوسیستم استارت‌آپ‌ها در حال شکل‌گیری است اظهار کرد: اگر ما می‌خواهیم در کشور و دولت شاهد رشد و توسعه باشیم باید از نوآوری حمایت کنیم.

امیر ناظمی رئیس سازمان فناوری اطلاعات در پنل سالن اصلی جشنواره وب و موبایل با اشاره به شاخص‌های بین‌المللی آینه‌ای است که وضعیت ما را برای خودمان مشخص می‌کند، گفت: باید امروز ببینیم که جلوی مسیر ما چه مشکلاتی وجود دارد.

وی با اشاره به ۱۰ مانع در مسیر فعالیت یک استارت‌آپ گفت: شروع کسب و کار، دریافت مجوز، ثبت مالکیت، دریافت اعتبار، حمایت از سرمایه‌گذاران خرد، پرداخت مالیات، تجارت بین‌الملل، ضمانت اجرای قرارداد و مشکل ورشکستگی از موانع فعالیت پیش‌روی استارت‌آپ‌ها به شمار می‌رود.

(به نقل از سایت جشنواره)

یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران ۲۵، ۲۶ بهمن ماه به خانه آخر رسید و اختتامیه آن با حضور فعالان عرصه وب و موبایل ایران و حضور سخنرانی مسوولان کشوری و مدیران این صنعت در سالن خلیج فارس پژوهشگاه نیرو برگزار شد.

آیین اختتامیه صبح جشنواره پنجشنبه ۲۵ بهمن ماه ۱۳۹۷، با حضور سورنا ستاری معاون علمی فناوری ریاست جمهوری در جمعی از فعالان عرصه وب و موبایل در تالار خلیج فارس پژوهشگاه نیرو آغاز به کار کرد.

در مراسم اختتامیه علاوه بر اهدای تندیس برترین‌ها به سایت‌ها و اپلیکیشن‌های برگزیده سال، سخنرانی‌های مفید و انتقال تجربه‌های موثری به شرکت‌کنندگان در نظر گرفته شده بود. علاوه بر این کارگاه‌های جنبی آموزشی تخصصی حوزه وب و موبایل و نیز نمایشگاه جنبی و نمایشگاه استارت‌آپ‌های جشنواره وب و موبایل ایران برپا شد تا شرکت‌کنندگان به صورت عملی و یادید بهتر وارد این فضا شوند.

در نخستین بخش از آیین اختتامیه یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران سه برگزیده در بخش‌های بهترین اپلیکیشن ادوار، بهترین اپلیکیشن سال ۹۷ و بهترین کسب و کار اینترنتی توسط سورنا ستاری معاون علمی فناوری ریاست جمهوری تجلیل شده و تندیس جشنواره به آنها اهدا شد.

بر اساس نظر هیئت داوران بهترین اپلیکیشن در کل ادوار اپلیکیشن پرداخت مالی ۷۲۴ معرفی شد.

بهترین اپلیکیشن سال ۹۷ از نگاه داوران



معین کارگردان فیلم «گرگم و گله می‌برم؟» و تهیه‌کنندگی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان به دلیل مهارت در خلق فضایی سیال متناظر با روایت و دیپلم سوم به حمیدرضا بیات کارگردان فیلم «سارا» به تهیه‌کنندگی وحید جهانمیری نژاد به دلیل پرداخت تأثیرگذار و تلاش برای فرهنگسازی با نگاه مثبت اهدا شد.

در ادامه محمدحسین سجادی نیری دبیر ستاد توسعه فن‌آوری‌های نرم و هويت‌ساز معاونت علمی و فن‌آوری ریاست جمهوری اسلامی ایران به روی صحنه دعوت شد تا جایزه فن‌آوری انیمیشن معاونت علمی و فن‌آوری ریاست جمهوری را اهدا کند. همچنین جایزه اولین پیچینگ (روبازی) انیمیشن ایران مشتمل بر لوح یادبود و یک عدد سکه بهار آزادی به خاطر ارائه طرح ولی بولی در اولین رویداد روبازی به علی نیکورم از استودیو راه رنگ اهدا شد. در این بخش معاونت علمی و فن‌آوری ریاست جمهوری جایزه فن‌آوری انیمیشن را به سارا طبیب‌زاده کارگردان و تهیه‌کننده فیلم «یکدیگر» به دلیل بهره‌مندی از قابلیت‌های فنی و هنری لازم جهت ورود به بازار تولید اهدا کرد.

گروه داوری بخش مسابقه دانشجویی ایران نیز متشکل از جمال رحمتی، هدی اثنی‌عشری و سیدنجم‌الدین امیرشاه‌کرمی با بررسی ۱۷۰ اثر رسیده به جشنواره و ۱۶ اثر مرحله نهایی، سه تندیس طلایی این بخش را با عنوان‌های بهترین کارگردان، بهترین فیلم‌نامه و بهترین انیماتور روز ۱۶ اسفند ۱۳۹۷ و در آیین پایانی جشنواره به برگزیدگان اهدا کردند.

یازدهمین جشنواره بین‌المللی پویانمایی تهران روز ۱۶ اسفند ۱۳۹۷ در مرکز آفرینش‌های فرهنگی هنری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان به کار خود پایان داد.



رزرو اقامتگاه‌های بوم‌گردی و راهنمایان تور در سراسر کشور با پرسیس تور

شرکت خلاق پرسیس جهان‌نگار چندسالی است که به صورت تخصصی در حوزه معرفی و رزرواسیون آنلاین اقامتگاه‌های دوست‌دار طبیعت و راهنمایان گردشگری داخلی فعالیت می‌کند، وبسایت www.persistour.com اولین در نوع خود در ایران بوده و به همت گروهی از اساتید و فارغ‌التحصیلان رشته‌های گردشگری و فناوری اطلاعات طی چندسال حیات خود، به بلوغ فعلی رسیده است. خانم شفیع‌مدیرعامل این مجموعه‌ی چهارساله است و در خصوص نحوه ایجاد ایده این سامانه و علت انتخاب حوزه گردشگری برای ایجاد کسب و کار می‌گوید.



پرسیس تور دقیقاً چه کاری انجام می‌دهد؟

وبسایت پرسیس تور را شاید بتوان به پلی تشبیه کرد که یک سمت آن صاحبان کسب و کارهای گردشگری و فرهنگی بومی قرار گرفته اند و سمت دیگرش، گردشگران بالقوه و بالفعل علاقه‌مند به سفرهای بومگردی پایدار. رزرو آنلاین اقامتگاه‌های بومگردی و عشایری برخلاف هتلها، امر مرسوم نبود و نیست که بیشتر به ماهیت متفاوت و منعطف این نوع کسب و کارها برمیگردد و چالش‌های خاص خود را دارد، پرسیس تور از اولین بسترهای آنلاینی بود که به صورت تخصصی به فرهنگسازی، معرفی کسب و کارها و ایجاد امکان رزرو آسان، آگاهانه و مطمئن اقامتگاه‌های بومگردی و کمپ‌های عشایری در سراسر کشور، اختصاص پیدا کرد.

هدف اصلی شما در پرسیس تور چیست؟

رسالت پرسیس تور ایجاد بستری برای "رزرو و ارتقای تجارت" اصیل بومگردی مبتنی بر منابع فرهنگی و طبیعی ایران است.

مخاطبان اصلی کسب و کار شما چه افرادی هستند و چگونه می‌توانند

داخلی و خارجی گردشگران بود که باعث شده بود نرخ اشغال بسیاری از این اقامتگاه‌ها به زیر ۳۰ درصد در سال برسد که مساوی است با شکست یک کسب و کار اقامتی.

ایده راه‌اندازی وبسایت گردشگری پرسیس با تمرکز بر ترویج و تسهیل سفرهای پایدار و معرفی اقامتگاه‌های دوست‌دار طبیعت که در فاز اول، طیف وسیعی از اقامتگاه‌های بومگردی، کمپ‌های عشایری و ویلاها را در بر میگرفت به ذهن ما خطور کرد. علاوه بر این بخشی از انرژی مجموعه به شناساندن این سبک از سفر و فرهنگسازی عمومی معطوف شد.

زمانیکه ما در پرسیس، متوجه شدیم خیلی‌ها درست مثل خود ما - به دنبال حال و هوایی ناب از سفر - که بعدها به نام بومگردی شناخته شد - هستند، به فکر افتادیم که وضعیت کسب و کارهای حوزه اقامتی (به عنوان یکی از مهم‌ترین اجزای زنجیره ارزش بومگردی) را در مناطق روستایی و بومی کشور بررسی کنیم، مشکلات زیادی در آن زمان وجود داشت، مهم‌ترین آنها براساس تحلیل گروه تحقیق و توسعه پرسیس، ناشناختی عمده گردشگران با این سبک از اقامتگاه‌ها و عدم دسترسی مدیران و صاحبان این کسب و کارهای عمدتاً کوچک و خانوادگی به بازارهای



بازار تخصصی در حوزه گردشگری، استفاده از ظرفیتهای تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات جهت تسهیل و تسریع فرآیندهای ارائه خدمت، برنامه ریزی استراتژیک جهت ارتقای سطح کیفی و استانداردهای خدمات گردشگری و شبکه سازی در سطح ملی است.

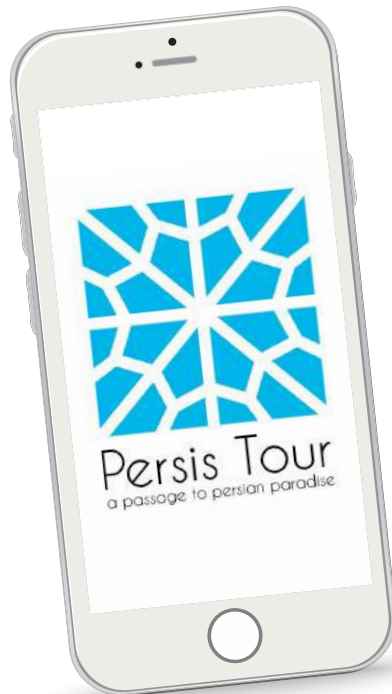
چه مشکلاتی سر راه شما وجود دارد؟

موفقیت این حوزه مستلزم تغییر تدریجی فرهنگ و عادات سفر داخلی از سفرهای انبوه و فصلی به سمت سفرهای پایدار تر و معرفی مقاصد کمتر شناخته شده روستایی و عشایری است، در نتیجه معرفی این سبک پایدار تر از سفر در کشور، نیازمند فرهنگسازی و فعالیت‌های نظام‌مند ترویجی و تبلیغی در سطح ملی (و در فاز دوم بین المللی) است و فرهنگسازی فرآیندی زمان بر و هزینه بر است. آن چیزی که در شرایط فعلی، به موفقیت پرسیس تور کمک می‌کند را میتوان در موارد زیر خلاصه کرد:

- حمایت در فعالیت‌های ترویجی و تبلیغی و معرفی محصولات
- رفع موانع راه اندازی و پشتیبانی از کسب و کارهای شبکه تأمین گردشگری روستایی
- تقویت همکاری‌های بین المللی در راستای رفع موانع جذب گردشگران بین المللی

- موفقیت این حوزه مستلزم تغییر تدریجی فرهنگ و عادات سفر داخلی از سفرهای انبوه و فصلی به سمت سفرهای پایدار تر و معرفی مقاصد کمتر شناخته شده روستایی و عشایری است

مزیت کار شما نسبت به نمونه های مشابهتون در کشور چیه؟
پرسیس تور صرفاً یک وبسایت رزرواسیون آنلاین اقامتگاه نیست. مهم ترین مواردی که ما را از دیگران متمایز میکند تمرکز پرسیس بر یک



سهمی در کسب و کار شما داشته باشند؟
گردشگران داخلی و بین المللی علاقه مند به طبیعت و فرهنگ بومی ایران از یک طرف و کلیه افرادی که در زنجیره تأمین سفری که به نام بومگردی شناخته می‌شود، فعالیت می‌کنند، به ویژه افراد فعال در حوزه خدمات اقامتی، تورگردانی و صنایع دستی از طرف دیگر (البته در این فاز).

نحوه کسب درآمد در این سامانه چیست؟

براساس توافقات صورت گرفته با اقامتگاه‌ها، درصدی از مبلغ رزرو به عنوان حق الزحمه کسر میشود.

برای جلب اعتماد کاربران برای رزرو اقامتگاه‌های بوم گردی از لحاظ کیفیت چه کاری انجام می‌دهید؟

سیستم رتبه دهی به اقامتگاه‌ها براساس نظرات گردشگران بعد از اقامت، برنامه ریزی ایجاد و اعمال سیستم کیفیت خدمات ویژه ای که به صورت تخصصی توسط کارشناسان گردشگری پرسیس با توجه به خصوصیات اقامتگاه‌های بومگردی داخلی طراحی شده است.



گسترده‌ای از برگزار کنندگان و شرکت کنندگان مسابقات مختلف را ایجاد کرده است. برگزاری یک مسابقه هر چقدر هم کوچک باشد در دسرهای زیادی دارد و نیاز به مدیریت دقیق آن احساس می‌شود؛ از این رو سامانه لیگوکاپ تمامی امکانات لازم را برای ساماندهی هر نوع مسابقه‌ای (در هر حوزه) در اختیار برگزار کنندگان قرار می‌دهد.

امکانات ویژه‌ای که در این سامانه در نظر گرفته‌اید چه مواردی است؟

بخشی از امکانات لازم برای برگزاری مسابقه اعم از ثبت نام آنلاین و مدیریت شرکت کنندگان، ایجاد برکت و چارت مسابقه، سیدبندی و قرعه‌کشی، زمان‌بندی و ثبت نتایج رقابت‌ها، تیم‌سازی و رنکینگ شرکت کنندگان می‌باشد.

دستیه بندی رقابت‌هایی که در سامانه شما قابل برگزاری است چه مواردی

لیگوکاپ؛ مدرن‌ترین ابزار ثبت نام آنلاین و مدیریت مسابقات

با توجه به اینکه اغلب برگزار کنندگان مسابقات، کلیه روند اجرایی خود را به صورت سنتی مدیریت می‌کنند، در این صورت مشکلات فراوانی را هم برای برگزار کنندنده و هم برای شرکت کنندگان ایجاد می‌نماید که وجود یک سامانه آنلاین جامع در این حوزه با امکانات بومی شده، احساس می‌شود.



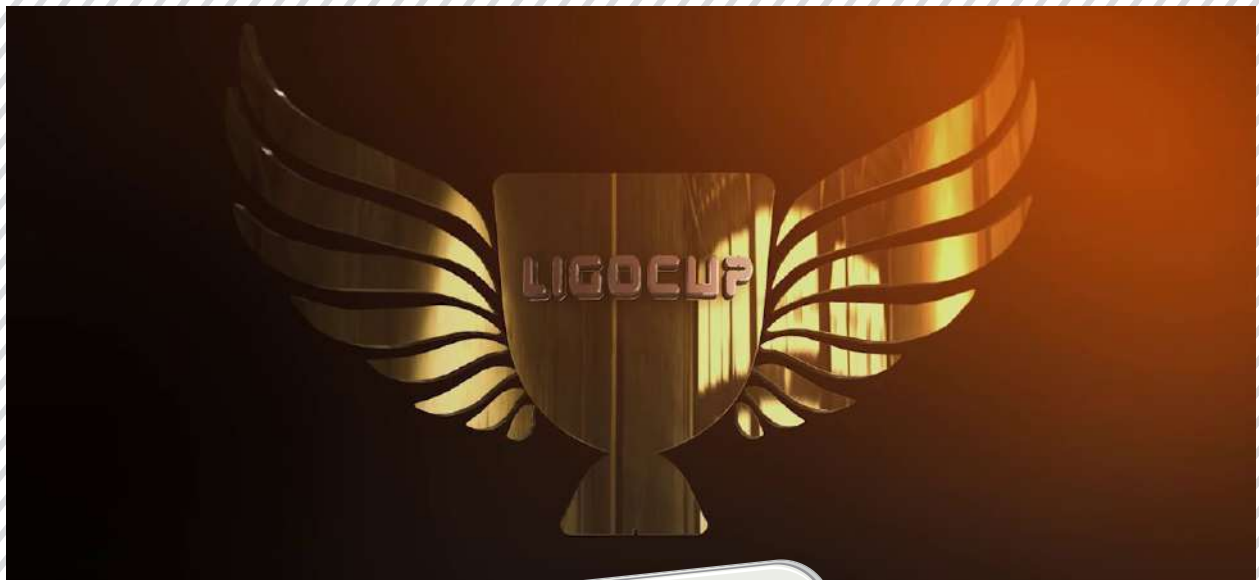
گامی در جهت تأمین نیازهای فعالین حوزه ورزش و ورزش‌های الکترونیک بردارد. محمد رحیقی یزدی بنیان گذار این مجموعه ۲۸ ساله است و در خصوص نحوه ایجاد ایده این سامانه و علت انتخاب این حوزه برای ایجاد کسب و کار می‌گوید.

شرکت استارت‌آپی و خلاق سامان آوران رقابت‌آفرین (لیگوکاپ) با هدف تسهیل برگزاری مسابقات رشته‌های ورزشی و ورزش‌های الکترونیک (گیم) و زمینه‌ای برای هر چه حرفه‌ای‌تر شدن بازیکنان و برگزار کنندگان تاسیس گردید. این شرکت با انجام تحقیقات طولانی مدت توانسته است به موفقیت‌های قابل توجهی در طراحی و توسعه نرم‌افزار بومی در جهت تکمیل زیرساخت‌های لازم در زمینه مسابقات دست پیدا کند و به سهم خود



چه تعریفی از سامانه لیگوکاپ دارید؟

لیگوکاپ نخستین سامانه آنلاین مدیریت برگزاری مسابقات است که شبکه



سامانه داشته اید؟

بله ما تا الان نزدیک به سه ماهی است که وارد بازار شدیم که بیش از ۵۰ مسابقه در سامانه مدیریت شده است و بیش از ۳ هزار مخاطب را جذب کرده ایم.

ساختار کلی و روش ایجاد یک مسابقه در این سامانه چیست؟

بر گزار کننده با وارد کردن یک سری اطلاعات، مسابقه خود را ایجاد می کند و وارد پنل مدیریتی مسابقه می شود. در پنل هر گونه امکاناتی که برای مدیریت یک رویداد مسابقاتی مورد نیاز است وجود دارد که به طور خلاصه به آن اشاره می کنم. بر گزار کننده می تواند لینک کوتاه مسابقه خود را برای شرکت کنندگان ارسال کرده و آن ها از این طریق وارد صفحه اختصاصی مسابقه شده و در مسابقه ثبت نام کنند.

بعد از ثبت نام شرکت کنندگان در مسابقه، امکاناتی برای مدیریت شرکت کنندگان در پنل وجود دارد. در مرحله بعد می تواند ساختارهایی (تک حذفی، دو حذفی، گروهی، لیگ و ساده) که مورد نیاز است را ایجاد و شرکت کنندگان را قاعده کشی و سید بندی کند. در مرحله بعد می تواند زمان بندی رقابت ها را مشخص کرده و بعد از اتمام هر رقابت، نتیجه آن را ثبت کند و در پایان مسابقه نفرات برتر را مشخص کند. شرکت کنندگان به صورت آنلاین از ساختارها، زمانبندی رقابت ها و نتایج آن و دیگر اطلاعات مسابقه باخبر می شوند.



است؟

مسابقات تمامی رشته های ورزشی و ورزش های الکترونیک (گیم) و هر نوع مسابقه در هر حوزه دیگر است.

آیا در این حوزه در کشور رقیبی نیز دارید؟ مزایای شما نسبت به موارد مشابه چیست؟

در حال حاضر سامانه مشابه فعالیت ما در کشور وجود ندارد ولی تعداد کمی از برگزار کنندگان حوزه ورزش های الکترونیک سامانه هایی با امکانات خیلی محدودتر برای برگزاری مسابقات خود دارند که ما می توانیم برای تکمیل و بهتر شدن امکانات به آن ها خدمات بدهیم.

روش کسب درآمد و گردش مالی در این سامانه به چه صورت است؟ حجم بازاری که ایجاد کرده اید چه مقدار است؟

مدل های درآمدی متفاوتی طراحی کردیم که متناسب با هر نوع مشتری به آنها ارائه می دهیم. نمونه ای از این مدل ها اعم از دریافت کارمزد از برگزار کنندگانی که برای مسابقات خود هزینه ورودی دریافت می کنند. تعریف کاربر ویژه و دریافت هزینه اشتراک های سه ماه، شش ماه و یکساله. همکاری در فروش و ابزارهای تبلیغاتی که توسط ما طراحی شده و در اختیار برگزار کنندگان قرار می گیرد.

در حوزه ورزش ما با شهرداری یزد، دانشگاه یزد، آموزش و پرورش و اداره ورزش و جوانان استان یزد همکاری هایی داشتیم. در حوزه ورزش های



لیگو کاپ نخستین

سامانه آنلاین

مدیریت برگزاری

مسابقات است که

شبکه گسترده ای

از برگزار کنندگان

و شرکت کنندگان

مسابقات مختلف را

ایجاد کرده است

الکترونیک مسابقات متعددی در سراسر کشور به صورت آنلاین و حضوری برگزار گردیده است.

مخاطبان اصلی کسب و کار شما چه افرادی هستند؟

مخاطبان اصلی ما برگزار کنندگان و متولیان مسابقات هستند.

تاکنون بازخوردی از مخاطبان داشته اید و تاکنون چه تعداد مخاطب در



مهمترین اخبار صنایع خلاق در سال ۱۳۹۷



رویداد بین المللی TGC 2018

رویداد بین المللی Tehran Game Convention بزرگترین رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی‌های رایانه‌ای در منطقه خاورمیانه محسوب می‌شود. برقراری ارتباط میان فعالان بازی‌سازی در ایران و منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا با ناشران و بازی‌سازان بین‌المللی در اروپا و آمریکا هدف اصلی این رویداد است. TGC 2018 با برنامه‌ریزی وسیع‌تر و منسجم‌تر، ۱۴ و ۱۵ تیر ماه ۹۷ از سوی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه برپا شد.



عرضه رسمی محصولات جانبی فیلیشاه در بازار

انیمیشن فیلیشاه پس از استقبال گسترده در پرده‌های سینمایی در ابتدای سال ۹۷، محصولات جانبی خود را نیز در قالب نوشت افزارها روانه بازار کرد. این محصولات شامل نوشت‌افزار، لوازم التحریر، پوشاک، بازی فکری و... بود که با نزدیک شدن به فصل مدارس، در مرداد ماه در نمایشگاهی تحت عنوان ایران نونش رونمایی شد و در معرض دید عموم قرار گرفت. (فیلیشاه) به کارگردانی هادی محمدیان و تهیه‌کنندگی حامد جعفری، محصول گروه هنرپویا (است که در نوروز ۹۷ با شعار «فرزندانتان را آسوده خاطر به سینما بیاورید» روی پرده رفت و با فروش بیش از ۸ میلیارد تومان، به فروش‌ترین انیمیشن تاریخ سینمای ایران تبدیل شد.



نبود کاراکتر، محصولات فرهنگی ایرانی را شکست می‌دهد

سعید حسینی مدیرعامل مجمع نوشت‌افزار در گفتگو با خبرنگار مهر گفت: زمانی که از تاثیرات صنایع فرهنگی در جامعه صحبت می‌کنیم یعنی حوزه‌های این بخش مانند تولید اسباب‌بازی‌ها، ساخت انیمیشن، عرضه کتاب‌های مصور و... به صورت زنجیره‌وار در چرخه تولیدات انبوه قرار بگیرد، اگر بخواهم به طور مصداقی بیان کنم اگر اسباب‌بازی تولید می‌شود برای شناساندن و معرفی آن احتیاج به پیوسته‌های فرهنگی داریم، به عنوان مثال، کتاب‌های مصور تولید شود یا انیمیشن‌اش ساخته شود تا در ذهن و ناخودآگاه کودک بنشینند و در مواجهه با اسباب‌بازی یا لوازم التحریر با شخصیت آن بیگانه نباشد.

در نمایشگاه کامپ ۹۷ چه گذشت

نمایشگاه کامپ در مرداد ماه سال ۹۷ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد. مهم‌ترین بخش این نمایشگاه در حوزه تجارت الکترونیک بود که با نام کام استارز برگزار شد. استارت آپ‌هایی که در این بخش حضور داشتند بعضاً در حوزه‌هایی جدید قدم گذاشته و بعضاً نیز تلاش بر ایجاد بازاری کنار رقیبان بزرگ خود بودند. از دیدگاه آمار نیز در بخش استارت‌آپ‌ها ۴۲۴ استارت‌آپ، در قالب ۱۹۲ کانتر و ۲۳۲ غرفه در ۵ سالن نمایشگاه حضور داشتند. متراژ اختصاص یافته به استارت‌آپ‌ها نیز از ۳۱۸۳ متر مربع به ۶۶۰۰ متر مربع افزایش یافته بود.



دومین جشنواره ایران ساخت برگزیدگان خود را شناخت

برگزیدگان ۵ بخش هنرهای تجسمی، ادبیات، دیداری و شنیداری، رسانه‌های دیجیتال و ایده بازار دومین جشنواره ملی فرهنگی هنری ایران ساخت معرفی شد. بخش دانش آموزی این جشنواره تا پایان سال تحصیلی ادامه خواهد داشت و برگزیدگان آن متعاقباً اعلام خواهد شد. معاون علمی و فناوری رییس جمهوری گفت: رونق اقتصاد دانش بنیان حمایت همه بخش‌های جامعه را نیاز دارد و جشنواره فرهنگی و هنری ایران ساخت مطلعی برای یک حرکت اجتماعی در مطالبه‌گری و حمایت از کسب و کارهای دانش بنیان و استارت‌آپی است.



تقدیر از سازمان‌های برتر نخستین دوره جایزه ملی تعالی صنعت گردشگری

مراسم اختتامیه و تقدیر از برگزیدگان نخستین دوره جایزه ملی تعالی صنایع گردشگری در دانشگاه علم و فرهنگ برگزار شد. این مراسم با هدف ایجاد یک فضای رقابتی برای رشد و هم‌افزایی میان موسسه‌ها و بنگاه‌های صنعت گردشگری و همچنین به رسمیت شناختن این موسسه‌ها اعم از دولتی و خصوصی به همت دانشگاه علم و فرهنگ برگزار شد.

سیزدهمین کنفرانس ملی و هفتمین کنفرانس بین‌المللی یادگیری و یاددهی الکترونیکی

سیزدهمین کنفرانس سالانه یادگیری و یاددهی الکترونیکی در تاریخ ۱ و ۲ اسفندماه به میزبانی "دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی" برگزار شد. این کنفرانس تلاش کرد با همکاری همه دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها، اندیشمندان و پژوهشگران کشور، محیطی را برای عرضه آخرین پیشرفت‌های پژوهشی و فناوریانه در زمینه آموزش الکترونیکی و با محوریت نقش آفرینی آن در حوزه‌های مهارت آموزی و کار آفرینی در جامعه و به ویژه دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی فراهم آورد.

رویداد چهارسوق برگزار شد

چهارسوق، اجتماعی است برای تجلی حرکت‌های امیدبخش و نوآورانه آموزشی و تربیتی؛ محلی برای اشتراک‌گذاری ایده‌ها و تجارب. چهارسوق شبکه فعالان تحول‌خواه تعلیم و تربیت است برای شبکه‌سازی و هم‌افزایی میان معلمان، دانشجویان، مدیران، فعالان فرهنگی، مدارس، مؤسسات، اهالی رسانه و حتی دانش‌آموزان و والدین دغدغه‌مند در حوزه تعلیم و تربیت. یازدهمین رویداد نوآوری‌های آموزشی چهارسوق با موضوع هم‌افزایی برای تحول در آموزش تاریخ ۲۶ بهمن ۱۳۹۷ در تهران، مرکز آفرینش‌های کانون پرورش فکری کودکان و نوجوان برگزار گردید.



تجلیل از برترین‌های جشنواره جایزه فیروزه

محسن جوادی معاون فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در مراسم اختتامیه چهارمین دوره جشنواره جایزه فیروزه گفت: کسب و کارهای نو (استارت‌آپ‌های) فرهنگی و پژوهش‌های فرهنگی از نقاط قوت این دوره از جشنواره بوده و امتداد قومی در ایران می‌تواند بازار بین‌المللی را برای کالاهای فرهنگی ایجاد کند.

فستیوال جاده ابریشم برگزار شد

«جاده ابریشم» با پیشینه‌ای ۲۰۰۰ ساله، قدیمی‌ترین راه دادوستد فرهنگی، هنری میان چندین حوزه عظیم تمدن‌ساز بوده و بسستر در خوری برای گفتگوی بین فرهنگ‌ها است. دبیر جشنواره بین‌المللی جاده ابریشم معتقد است این جشنواره اولین و بزرگترین جشنواره فرهنگی هنری است که تا به حال در مسیر جاده ابریشم طراح شده است. این رویداد در تاریخ ۳۱ مرداد ۹۷ به مدت ۸ شب در فضای باز نمایشگاهی دریاچه چیتگر و با حضور تولیدکنندگان ایرانی جهت تبادلات در بخش‌های فرهنگی هنری، علوم و فناوری، کشورهای این مسیر و معرفی هویت ملی ایران برگزار شد.

چهارمین جشنواره ملی اسباب بازی برگزیدگان خود را شناخت

مراسم اختتامیه چهارمین دوره جشنواره ملی اسباب بازی، ۳۰ آبان ۹۷ در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان با حضور فاضل نظری مدیرعامل کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و محسن حموله دبیر چهارمین دوره جشنواره ملی اسباب بازی برگزار شد. فاضل نظری با اشاره به اینکه باید برای تجاری‌سازی ایده‌های نو فکر شود، اظهار کرد: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان حاضر است بیش از نقش و وظایف خود در زمینه تولید اسباب‌بازی وارد شود. این کار فراسازمانی است؛ کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان تنها می‌تواند محور این حرکت باشد تا یک حرکت مبارک در صنعت اسباب‌بازی ایجاد شود. ما دوست نداریم کودکانمان قهرمانان شخصیت‌های بیگانه باشند. باید تخیلشان را با افسانه‌های ایرانی گره بزنیم و ایرانی بودنمان را به کودکان منتقل کنیم. یکی از راه‌های آن تولید اسباب‌بازی ایرانی است.



هشتمین جشنواره مد و لباس فجر برگزار شد

مراسم اختتامیه هشتمین جشنواره مد و لباس فجر در اسفندماه سال ۹۷ با حضور حمید قبادی دبیر کارگروه مد و لباس کشور، سید مجید حسینی معاون هنری وزارت ارشاد، صدیقه‌پاک بین دبیر جشنواره در تالار وحدت برگزار شد و به معرفی برگزیدگان پرداخت. در این دوره، هشت هزار و صد اثر به دبیرخانه ارسال شد و هزار و پانصد اثر به نمایش درآمد. پنج هزار بازدیدکننده در روز و در نهایت ۴۰ هزار بازدیدکننده در طول جشنواره داشتیم که این موضوع رشد چشمگیر را نشان می‌دهد.



به نشانی: www.iema.ir، ثبت نام و از مزایای عضویت در آن بهره مند شوند.

ایجاد دپارتمان شرکت‌های خلاق و دانش بنیان در انجمن مدیریت اجرایی ایران

انجمن مدیریت اجرایی ایران به منظور ارائه خدمات به شرکت‌های خلاق و دانش بنیان در زمینه مدیریت اجرایی با ایجاد دپارتمان شرکت‌های خلاق و دانش بنیان، مرحله جدیدی از فعالیت خود را آغاز نمود.



معرفی اجمالی

انجمن مدیریت اجرایی ایران

انجمن مدیریت اجرایی ایران در سال ۱۳۷۶ به همت جمعی از دانشجویان،

اساتید مدیریت اجرایی و مدیران ارشد بنگاه‌های اقتصادی کشور تأسیس و نزد اداره ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی استان تهران ثبت و فعالیت خود را تحت نظارت کمیسیون انجمن‌های علمی ایران (معاونت پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) آغاز نمود.

این انجمن برای رسیدن به اهداف خود برنامه بلندمدتی طراحی نموده و هدف اصلی آن تبدیل انجمن مدیریت اجرایی ایران به عنوان قطب مشاوره، اطلاع‌رسانی و تحقیق در حوزه مدیریت اجرایی در سطح خاورمیانه است.

با تجربه

- مشاوره مدیریت و کسب و کار
- مشاوره تجاری سازی و توسعه محصول و خدمات
- برگزاری نشست‌های آموزشی در حوزه مدیریت
- برگزاری نشست‌های هم‌اندیشی در حوزه توسعه دانش مدیریت اجرایی
- شرکت‌های خلاق و دانش بنیان علاقمند به عضویت در انجمن مدیریت اجرایی ایران می‌توانند با مراجعه به پایگاه اطلاع‌رسانی انجمن

با توجه به ایجاد و توسعه شرکت‌های خلاق و دانش بنیان که محصولات و خدمات آنها مبتنی بر فناوری و نوآوری است، انجمن مدیریت اجرایی ایران با ایجاد این دپارتمان ویژه بنا دارد تا به منظور تقویت بنیه مدیریت اجرایی این گروه از شرکت‌ها، آنان را در راهبری بنگاه اقتصادی یاری نماید. برخی از خدمات مدنظر برای ارائه به شرکت‌های خلاق و دانش بنیان عبارتند از:

- شبکه‌سازی بین مدیران شرکت‌ها به منظور اشتراک گذاری تجارب ارزشمند مدیران



برنامه‌ها، مقالات و ... در زمینه مدیریت اجرایی...

دستاوردهای جدید علمی: معرفی محصول و خدمات تحقیقاتی و مشاوره‌ای بر اساس جدیدترین دستاوردهای علمی در حوزه مدیریت اجرایی

قانون مداری: محوریت بخشی به قوانین و مقررات نظام اسلامی و ایجاد زمینه‌های پایدار مبتنی بر قانون برای حمایت از خدمات علمی، فرهنگی و توسعه‌ای آموزش عالی از اصول اساسی خواهد بود.

برخی از رخدادهای تخصصی

برگزار شده در انجمن

- اولین کنفرانس مدیریت مبتنی بر فرآیند در صنعت پخش
- اولین کنفرانس بین‌المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری
- اولین کنفرانس هوش تجاری ایران
- اولین سمینار چالش‌ها و راهکارهای مدیران اجرایی



هدف از تشکیل

انجمن، گسترش،

پیشبرد و ارتقای

دانش مدیریت

اجرایی به منظور

توسعه کمی و کیفی

نیروهای متخصص

و بهبود بخشیدن

به امور آموزشی و

پژوهشی در زمینه

های مربوط به

مدیریت اجرایی

است



برای مشارکت و هم‌افزایی مدیران، سازمان‌ها (دولتی و غیردولتی)، اندیشمندان، اساتید و دانش‌پژوهان

- بیان حقیقت: تلاش و برنامه‌ریزی، تبلیغات، جلسات، سمینارها و ... در انجمن مدیریت اجرایی، مبتنی بر بیان واقعیت
- اطلاع‌رسانی: اطلاع‌رسانی رویدادها،

ماموریت اصلی انجمن

هدف از تشکیل انجمن، گسترش، پیشبرد و ارتقای دانش مدیریت اجرایی به منظور توسعه کمی و کیفی نیروهای متخصص و بهبود بخشیدن به امور آموزشی و پژوهشی در زمینه‌های مربوط به مدیریت اجرایی است. انجمن مدیریت اجرایی به عنوان مجموعه‌ای غیرانتفاعی که به منظور فعالیت ارائه مشاوره، اطلاع‌رسانی و تحقیق در حوزه مدیریت اجرایی تاسیس شده است و خدمات آن با بالاترین کیفیت ارائه می‌گردد.

ارزش‌های اساسی که در این انجمن

تاکید شده عبارتند از:

- کارآفرینی: تلاش سازمان یافته برای مدیریت اجرایی مبتنی بر کارآفرینی و ایجاد محیط‌های کارآفرین
- مشارکت‌پذیری: ایجاد محیط مناسب

Amazon



سرگذشت کسب و کارهای مشهور جهان در حوزه صنایع خلاق

این داستان: آمازون



آن‌ها در سال ۲۰۱۸ در آمدی ۲۱۰ میلیارد دلاری داشتند. آن‌ها عجیب و غریب بودند. همانطور که نام شرکت‌شان یعنی «آمازون» به معنی عجیب و غریب است. آمازون شرکتی میلیارد دلاری است و در صدر رنکینگ جهانی بزرگترین شرکت‌های جهان از نظر حجم بازار و درآمد قرار دارد. جف بزوس الان ۵۹ سال سن دارد و شرکتی که در سال ۱۹۹۴ تأسیس کرد حالا گوی سبقت را از همه ربوده است. اما سرگذشت آمازون چه بوده و چگونه به اینجا رسید؟

پارکینگ خانه‌ای در بلویو واشنگتن نقطه‌ی شروع آمازون بود. یک فروشگاه آنلاین کتاب. شروع ساده‌ای بود.

آن‌ها کتاب‌های سفارش داده شده را هر روز عصر به اداره‌ی پست می‌بردند و از آنجا برای مشتریان‌شان ارسال می‌کردند. تقریباً هر کسی در آن زمان فکر می‌کرد آمازون هم مانند صدها کسب و کار اینترنتی دیگر پس از مدت‌ها به فراموشی سپرده می‌شود. در آن زمان صنعت کتاب رو به رشد بود و غول‌هایی مانند Barnes & Noble در این زمینه فعالیت داشتند که حجم بازار بسیار گسترده‌ای داشتند. اما در سال ۱۹۹۷ آمازون توانست این رقیب را پشت سر بگذارد.

بعد از این موفقیت حالا آمازون نامش را به عنوان یک کسب و کار در حوزه‌ی کتاب به جهانیان معرفی کرده بود. به عرصه‌ی موسیقی و فروش آلبوم‌های موسیقی نیز ورود کرد و حدس بزنید چه اتفاقی افتاد؟

در مدت یک سال آمار فروش آلبوم‌های موسیقی در این وبسایت بیشتر از تمامی توزیع‌کننده‌های موسیقی در جهان شد. آن‌ها بلد بودند چگونه از تکنولوژی بهترین



ama

شناخته شده است. با شرکت‌های رباتیک برای بهبود سیستم‌های تحویل و دریافت همکاری کردند و همچنان روز به روز کیفیت‌شان را بالاتر و بالاتر می‌بردند. می‌خواهید بدانید حالا آن‌ها در چه وضعی هستند و حجم کسب و کارشان به چه شکل است؟ آن‌ها ۲۵۰۰۰۰ نفر کارمند دائمی دارند و بیش از ۱۰۰۰۰۰ کارگر فصلی. دقیقاً به اندازه‌ی یک شهر پرجمعیت. ۲۰۰ میلیارد دلار در سال درآمد دارند و هر روز خدمات و سرویس‌های جدیدتری را به مخاطبانشان ارائه می‌کنند.

حالا یک پرسش اساسی پیش می‌آید: آیا آمازون روزی شکست خواهد خورد؟ باید بگوییم که آن‌ها هر روز شکست می‌خورند. در سال ۲۰۱۴ آمازون اولین گوشی هوشمندش را ساخت و روانه‌ی بازار کرد. یک گوشی با نام Fire و بدانید که آخرین گوشی هوشمندی بود که آمازون ساخت. ۱۷۰ میلیون دلار ضرر کرد و تولید آن را هم متوقف کرد. خرید شبکه‌ی آنلاین گیم‌ها با نام Twitch را هم می‌توان یکی از این شکست‌ها دانست. هر چند این شبکه هنوز هم مشغول فعالیت است اما خرید ۹۷۰ میلیون دلاری آمازون چندان سودی برایشان نداشت. اما چرا این شکست‌ها آن‌ها را از پا در نمی‌آورد؟ یک دلیل ساده دارد. آن‌ها شکست می‌خورند اما موفقیت‌های چشمگیری هم دارند که این شکست‌ها را کاملاً پوشش می‌دهد. این دنیای کسب و کار است. شما از یک گاراژ کوچک با هزینه‌ای نزدیک صفر شروع به فروش کتاب می‌کنید و ۲۰ سال بعد درآمدی میلیارد دلاری دارید. یا شاید از یک دفتر بزرگ و مجلل شروع کنید و دو سال بعد ورشکست شوید. همه چیز به شما بستگی دارد. به آرزوها، ایده‌ها، تلاش‌ها و رویای‌ها.

- شما از یک گاراژ
- کوچک با هزینه‌ای
- نزدیک صفر شروع
- به فروش کتاب
- می‌کنید و ۲۰ سال
- بعد درآمدی میلیارد
- دلاری دارید. یا
- شاید از یک دفتر
- بزرگ و مجلل
- شروع کنید و دو
- سال بعد ورشکست
- شوید. همه چیز
- به شما بستگی
- دارد. به آرزوها،
- ایده‌ها، تلاش‌ها و
- رویای‌ها پتان

کارها و ایجاد کسب و کارهای بسیار زیاد که به صورت ناگهانی شکست خوردند باعث شد تا یک حباب اقتصادی در جهان و علی‌الخصوص آمریکا شکل بگیرد. صدها شرکت و کسب و کار شکست خوردند و نابود شدند و آمازون هم ضرر بزرگی را متقبل شد و مجبور شد ۲۰ درصد از نیروی کارش را تعدیل کند. اما زنده ماند و ادامه داد.

در سال ۲۰۰۲ آن‌ها فروش لباس را شروع کردند. به دلیل قدرت فنی و مهندسی‌شان خدمات وب و سرورهای اینترنتی را ایجاد کردند و حالا نوبت جهانی شدن است. به نظر شما کدام بازار را انتخاب کردند؟

چین اولین جایی بود که انتخاب کردند و توانستند با خرید JOYO وارد این بازار بزرگ شوند. حالا کفش، کتاب‌های صوتی و گوشی و گجت‌های دیجیتال و دنیای بازی و سرگرمی و هر آنچه که فکرش را بکنید در این فروشگاه قرار داده می‌شد و فروخته می‌شد. بیش از ۱۰۰ میلیون نفر در جای جای جهان از آن‌ها خرید می‌کردند و در سال ۲۰۰۶ این آمار بیشتر و بیشتر شد.

آن‌ها الکسا را راه‌اندازی کردند که هنوز هم در زمینه‌ی خدمات‌دهی به وبسایت‌ها بسیار

استفاده را ببرند. وبسایت‌شان روز به روز پیشرفته‌تر می‌شد و تیم برنامه‌نویسی و طراحی و بازاریابی‌شان تکمیل‌تر و قدرتمندتر می‌شد. آن‌ها سعی داشتند بازارشان را وسیع‌تر کنند و سایر محصولات را نیز اضافه کنند اما یک مشکل بزرگ داشتند و آن کمبود جا بود. برای انبار کردن تمام این وسایل و تجهیزات باید ساختمان‌ها و تجهیزات بسیار زیادی ساخته می‌شد.

آن‌ها به اندازه‌ی کافی پول داشتند و می‌توانستند این انبارها را بسازند. اما هرگز این کار را نکردند و یک ایده‌ی شگفت‌انگیز را جایگزین کردند. آن‌ها سیستم «چندفروشنده‌گی» را پیاده‌سازی کردند. یعنی دیگر نیازی نداشتند محصولات را خریداری کنند و انبار کنند و به مشتریان بفروشند. بلکه این شرکت‌های تولیدکننده بودند که از بستر آمازون استفاده می‌کردند تا محصولاتشان را به فروش برسانند.

همزمان با این ایده یک مشکل بزرگ شروع شد. «حباب دات کام» فرارسید. یک حباب اقتصادی که توسط استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های اینترنتی ایجاد شد. تزریق سرمایه‌ی زیاد به این کسب و



رویدادهای نمایشگاهی سال ۱۳۹۸

بیست و پنجمین نمایشگاه بین المللی الکامپ	محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی تهران	۲۷ الی ۳۰ تیر
هشتمین نمایشگاه بین المللی نوآوری و فناوری	تهران، بوستان گفتگو	۳۰ خرداد الی ۱ تیر
همایش و نمایشگاه بین المللی بازی‌های رایانه‌ای تهران	تهران	۱۴ و ۱۵ تیر
سی و سومین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران	تهران	۱۴ اردیبهشت الی ۲۴
سیزدهمین نمایشگاه بین المللی گردشگری و صنایع وابسته	محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی تهران	۲۳ الی ۲۶ بهمن
دهمین نمایشگاه بین المللی خانه مدرن، معماری و دکوراسیون	محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی تهران	۲۴ الی ۲۷ دی
دومین نمایشگاه دنیای اسباب بازی و سرگرمی	تهران، سالن حجاب	۲۷ الی ۳۱ خرداد
یازدهمین نمایشگاه بین المللی گردشگری	اصفهان	۲۸ الی ۳۱ خرداد
نمایشگاه بین المللی صنایع دستی تبریز	تبریز	۱۱ الی ۱۴ تیر
بیست و هشتمین نمایشگاه فرش دستباف	تهران	۲۶ مرداد الی ۱ شهریور
نوزدهمین نمایشگاه رسانه، تبلیغات، بازاربازی	شیراز	۲۳ الی ۲۶ مهر
نمایشگاه معماری، طراحی و دکوراسیون شیراز	شیراز	۷ الی ۱۰ آبان

با توجه به عدم قطعیت رویدادها، این موارد برخی از رویدادهای سال ۹۸ بوده و سایر موارد به مرور اطلاع رسانی خواهند شد.



مطابق
زیست‌بوم

- ble.im/join/Njg0MTIkND
- <https://www.aparat.com/ircreative>
- ircreative@isti.ir
- <https://www.instagram.com/ircreative.ir/>
- [linkedin.com/company/ircreativeisti](https://www.linkedin.com/company/ircreativeisti)
- 021-83532475 بخش پذیرش
- 021-83532474 بخش خدمات