

# خلق زیستهم

ماهنامه - شهریور ۱۴۰۱

تیک ماک  
هنرستان دختران سرزمین من

معرفی خانه خلاق و نوآوری  
صدر اشراق

مساعدت نوآوری های اجتماعی  
به رشد فراگیر

اگر تولید خودروی داخلی مان افزایش چندبرابری داشته باشد اما در آن رسوخ فناوری و نوآوری شکل نگرفته باشد و صاحب ارزش آفرینی نباشیم، با یک آسیب بزرگ ملی مواجه خواهیم شد. اگر شبکه‌های اجتماعی مان روز به روز شلوغ‌تر شود اما دستاوردهای جوانان خلاقمان همراه با آن، به میدان نیاید و دیده نشود، دچار اضمحلال و سقوط خواهیم شد. بله، واقعیت ماجرا همین است؛ اگر سیستم و نگرش مبتنی بر آن، در جامعه ما شکل نگیرد، کارمان تمام است.

### خانه‌های خلاق و نوآوری

معرفی خانه خلاق و نوآوری کی پلاس

### صندوق صنایع خلاق

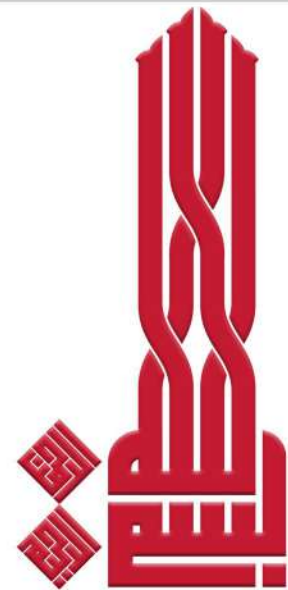
جایگاه صنایع خلاق در صنعت و اقتصاد

### تریبون

معرفی استودیو آنلاین پازن،  
دفتر کار آنلاین پروژه‌های حوزه انیمیشن

## فهرست مطالب

- ۴..... یادداشت سردبیری
- ۶..... کارگروه خلاق
- ۷..... اخبار و اطلاعاتی ها
- ۱۲..... معرفی خانه خلاق و نوآوری کی پلاس
- ۱۴..... معرفی خانه خلاق و نوآوری صدر اشراق
- ۱۶..... جایگاه صنایع خلاق در صنعت و اقتصاد
- ۱۸..... مقاله اول، مساعادت نوآوری های اجتماعی به رشد فراگیر
- ۲۲..... تریبون اول، معرفی موسسه کمک با محصولات تیک مک
- ۲۴..... کتابخوان
- ۲۶..... گیمینگ، کاربردهای توکن‌های غیرمثلی در صنعت بازی
- ۲۸..... تریبون دوم، معرفی استودیو آنلاین پازن
- ۳۵..... فراخوان، غنی‌سازی محتوا در رسانه های زیست‌بوم خلاق
- ۳۶..... ویتترین
- ۳۸..... مقاله دوم، عناوین بزرگ برای عملکردهای نادرست در حوزه مد و پوشاک
- ۴۰..... ساختار شکنی آینده صنعت مد با حرکت از فضای فیزیکی به دیجیتال



ریاست جمهوری  
معاونت علمی و فناوری



ستاد فناوری های نرم و توسعه صنایع خلاق  
معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



صندوق پژوهش و فناوری  
صنایع خلاق



برنامه توسعه زیست بوم  
واحدهای خلاق

خانه های خلاق و نوآوری ایران

### تهیه کننده:

- دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

### • دبیر کارگروه:

- پرویز کرمی، رئیس مرکز و دبیر ستاد فناوری های نرم و توسعه صنایع خلاق

### همکاران ماهنامه:

- سید مهدی سادات حیات شاهی
- سید محمدرضا حسینی لواسانی
- شایان نشاط

## شمایل باشکوه ریشه‌های ارزش‌آفرین

دیگر وقت آن رسیده است که با اتکا به زیست‌بوم نوآوری و خلاق، فرهنگمان بیشتر معرفی کنیم. بنا بر آنچه که پژوهشگران به آن رسیده‌اند، زیست‌بوم، بر فرهنگ تاثیرگذار است و آن را دستخوش تغییر قرار می‌دهد. فرهنگ نیز، بر جامعه و مناسبات آن، مؤثر است. آنگاه که جامعه، فرهنگ را پذیرا باشد، شخصیت افراد آن جامعه نیز ارتقا خواهد یافت. در نتیجه، رفتاری مبتنی بر فرهنگ و در راستای آنچه که جامعه می‌پذیرد، مشاهده خواهد شد.

خب، حالا که ما سال‌هاست در حال تغییر بخشی از زیست‌بوم کشور هستیم و تلاش می‌کنیم که بهره‌مندی از منابع مان را از زیرزمین به روی زمین و آدم‌هایش بیاوریم، باید شاهد تغییرات گسترده فرهنگی و رویه رو به رشد آن باشیم. گر چه فرهنگی غنی ما، دارای ریشه‌های کهن و تنومندی است و مدد گرفتن از این داشته‌ها، ما را ثروتمندتر و سربلندتر می‌کند، با این حال، تغییرات تاریخی، چالش‌هایی را پیش رویمان قرار داده است که به جز ایجاد تغییرات امروزی، راه دیگری نمی‌ماند.

این واقعیت را قبول داریم که دنیا عوض شده است. در آستانه انقلاب صنعتی چهارم هستیم. اینترنت اشیاء و متاورس و امثال آن، دارد آرام آرام در زندگی مان تاثیر می‌گذارد. سرعت انتقال اطلاعات، سرسام آورتر از دیروز شده است. نوآوری و فناوری، هژمون و استیلای خود را در همه شئون زندگی بشر، گسترده است. شبکه‌های اجتماعی، افکار عمومی و ذهن جوامع را هدایت می‌کنند. همه چیز در حال دگرگونی مدام است. ماده مذاب ارتباطات، دائماً در حال پیشروی و دگرپرسی و تغییر شکل زندگی انسان‌ها است.

پس در چنین شرایطی، خلق یک زیست‌بوم تازه، همچون نان شب برای جامعه ما ضروری است. زیست‌بومی که اینک در کشورمان حلول کرده است و در حال رخ‌نمایی است، بر خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها دست گذاشته است. فناوری‌ها را به خدمت می‌گیرد و از آن محصولی تازه به بیرون می‌دهد چالش‌ها و موانع را رفع می‌کند و هوایی تازه به جامعه می‌دماند.

با این حال، زیست‌بوم فناوری و نوآوری با همه عظمت و قدرتش، جزئی از کل جامعه محسوب می‌شود. زیست‌بوم‌های دیگری نیز وجود دارند که بدون یاری و حمایت و حضور آنان، این زیست‌بوم، پای‌اش خواهد لنگید. نوآوری‌ها و در صدر آن؛ نوآوری‌های اجتماعی و عمومی، اگر در یک قالب سیستمی قرار نگیرند، به مرور زمان، سرخورگی و خستگی به همراه خواهند آورد.



پرویز کرمی

مشاور معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری  
رئیس مرکز و دبیرستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق



این نگرانی هم، باز از همان ضعف نگرش سیستمی نشأت می‌گیرد. همین ماجرای سیل‌های اخیر، خودش شاهدی بر نگرانی‌های امروز من است. اگر سیستم، در همه ارکان کشور نسبت به زیست‌بوم فناوری و نوآوری وجود نداشته باشد، توأمان با خشکسالی و سیل روبه‌رو خواهیم شد که حاصلش خدای ناکرده، خرابی و ویرانی است. با داشتن تعداد بالایی از دانش‌آموزان در کشور، ما در آینده نزدیک با نسلی روبه‌رو خواهیم بود که هوشیارتر و آگاه‌تر، پا به عرصه عمومی خواهد گذاشت. این هوشیاری و آگاهی نیز از سوی خود ما و با در اختیار گذاشتن شبکه‌های اجتماعی و نوآوری‌های ارتباطی و صنعتی و خدماتی به وجود آمده است. نسل دانشگاهی ما، با سرعت برق، راه خود را در ایجاد کسب‌وکارهای جدید و تازه باز می‌کنند و به جلو می‌روند. عموم مردم، روزبه‌روز با تازه‌های ایران و جهان آشنا می‌شوند و توقعاتشان نیز بالا و بالاتر می‌رود.

اگر در چنین شرایطی، به عنوان مثال بخش خودرو یا بخش دارو یا پتروشیمی ما، با این زیست‌بوم همراه نباشد، درون خود، دچار خشکسالی می‌شود. از آن سو هم حجم بالا آدم‌های انگیزه‌مند و جویای نوآوری، دچار سرخوردگی می‌شوند و با تلنبار شدن خواسته‌هایشان، سیلی از ناامیدی و بی‌انگیزگی را شکل می‌بخشند. مهاجرت‌های پرشمار، تولید ثروت از راه‌های دلالی و آسیب‌زا، رونق قاچاق و بسیاری موارد دیگر از این دست را باید در آینده شاهد باشیم و تنها، باید تخریب جامعه مان را به نظاره بنشینیم و کاری هم از دستمان بر نخواهد آمد.

کمک به تقویت زیست‌بوم صنایع خلاق و نوآوری به عنوان مکمل و مدد رسان زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان، در همان راستای شکل دادن سیستم در جامعه خواهد بود. بخش صنعت و خدمات عمومی نیز، می‌باید که این زیست‌بوم را از آن خود بدانند و در شکوفایی و ثمربخشی اش، دارای سهم باشند. این نگرش سیستمی نیز، نه فقط از سوی یک نهاد خاص، بلکه با ایجاد تعامل توسط همه بخش‌های مؤثر، ایجاد می‌شود. انعطاف در مواجهه با بخش‌های دیگر، سبب شکل‌گیری این سیستم می‌شود و در نهایت، دنیا با قدرتی نوظهور و قابل احترام رو به رو خواهد شد و ایران اسلامی در شمایلی تازه اما با ریشه‌های عمیق و تاریخی، زباز خواهد بود.

این واقعیت ماجراست. زیست‌بوم نوآوری و خلاقیت، دشمن شماره یک اقتصاد نفتی و خام‌خواری است. اگر صادرات نفت خامان را با افتخار دو برابر یا چندبرابر قبل اعلام کنیم؛ اما دستاوردهای فناورانه پتروشیمی‌مان افزایشی نداشته باشد، قافیه را باخته‌ایم. اگر تولید خودروی داخلی‌مان افزایش چندبرابری داشته باشد اما در آن رسوخ فناوری و نوآوری شکل نگرفته باشد و صاحب ارزش‌آفرینی نباشیم، با یک آسیب بزرگ ملی مواجه خواهیم شد. اگر شبکه‌های اجتماعی‌مان روز به روز شلوغ‌تر شود اما دستاوردهای جوانان خلاقمان همراه با آن، به میدان نیاید و دیده نشود، دچار اضمحلال و سقوط خواهیم شد.

بله، واقعیت ماجرا همین است؛ اگر سیستم و نگرش مبتنی بر آن، در جامعه ما شکل نگیرد، کارمان تمام است. البته که در موارد مختلف، نشان داده‌ایم که این نگرش سیستمی وجود دارد در جامعه ما. تنها نکته مورد بحث، پایداری این نگرش در مواقع مختلف است. به عنوان مثال در دوران کرونا، شاهد بودیم که دستگاه‌ها با به میدان آوردن شرکت‌های دانش‌بنیان و بها دادن به داشته‌هایشان، در کنار استمرار و ایثارگری کادر درمان توانستند مقابله‌ای جانانه با این ویروس منحوس داشته باشند و درس‌هایی بزرگ و ماندگار را در دفتر تاریخ این مرز و بوم به ثبت برسانند. در مباحث دفاعی نیز، اوضاع از همین قرار بود. در مواجهه با تحریم‌های ظالمانه نیز. اما در برخی بخش‌ها و رشته‌ها، متأسفانه این اتفاق نیفتاده است. مثلاً در بخش صنایع خلاق و اقتصاد فرهنگی، من دائماً دچار غصه می‌شوم. وقتی می‌بینم این همه توانایی عظیم در کشور ما وجود دارد اما کمتر از آن استفاده می‌شود، دلگیر می‌شوم. این بخش بدون همراهی و هماهنگی بخش‌های دیگر از دولت و مجلس گرفته تا تک‌تک افراد جامعه در همه جای این سرزمین، نمی‌تواند حرفش را به کرسی بنشانند و به نقطه مطلوب برسند.

با اینکه یکی دو سال از ابلاغ سند توسعه ملی صنایع فرهنگی و نرم گذشته است، من به شخصه، کمتر شاهد همراهی و همسویی همه ارگان‌ها برای به ثمر نشاندن منویات آن هستم. خوشبختانه چند ماهی است که قانون جهش تولید دانش‌بنیان توسط مجلس تصویب و از سوی دولت مردمی، ابلاغ شده است اما باز هم نگرانم.



## آمار شرکت های خلاق بر حسب حوزه فعالیت تا پایان مرداد ماه ۱۴۰۱



تعداد مبادی: ۱۰۱

تعداد شرکت ها: ۱۶۴

تعداد خانه خلاق و نوآوری: ۷۸

## اشتغال‌زایی در مناطق محروم با واحدهای خلاق

با ابلاغ آیین‌نامه اجرایی توسعه زیست‌بوم واحدهای خلاق از سوی سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، باید امیدوار باشیم که اقتصاد دانش‌بنیان وارد مرحله تازه‌ای خواهد شد. به‌عبارت دیگر، به این ترتیب بر اهمیت ویژه واحدهای خلاق فعال در حوزه‌های علوم انسانی، اجتماعی و صنایع فرهنگی در اقتصاد دانش‌بنیان و به‌منظور اجرای ماده ۶ قانون جهش تولید دانش‌بنیان این آیین‌نامه ابلاغ شده تا شاهد رشد شرکت‌های خلاق در ابعاد کیفی و کمی باشیم. یکی از اهداف این آیین‌نامه، «فعال‌کردن مشاغل مبتنی بر نوآوری و فناوری در مناطق محروم و کم‌برخوردار» است.

### لزوم توجه به استعدادها

دبیر ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق معتقد است که اگر قرار است نیروی انسانی خوش‌فکر، خلاق و نوآور در منطقه جغرافیایی و محل سکونت خود استقرار داشته باشد و اصطلاحاً مهاجرت از مناطق کمتربرخوردار به مناطق برخوردار، کلانشهرها یا پایتخت صورت نگیرد، باید به توسعه پایدار و متوازن و مفهوم عدم‌تمرکز در مناطق کمتربرخوردار بها دهیم و آن را تحقق ببخشیم.

کرمی بر این باور است که این اتفاق عملیاتی نخواهد شد، مگر اینکه معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در ابتدا و همچنین سایر نهادها و ارگان‌های حاکمیتی و دولتی به این موضوع توجه ویژه کنند.

به این ترتیب، گروه‌های نوآوری و شکوفایی و خلاقیت و فناوریانه در کنار هم قرار می‌گیرند تا مشکلات و چالش‌ها از طریق ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان، ایجاد شرکت‌های خلاق و درنهایت از طریق ایجاد شغل در مناطق کمتربرخوردار رفع شود.

## دهمین اجلاس رایزنان فرهنگی ایران

کرمی: خام‌فروشی فرهنگ و ادبیات به یاری شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان جای خود را به



### خلق ثروت و اشتغال می‌دهد

کرمی: خام‌فروشی فرهنگ و ادبیات به یاری شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان جای خود را به خلق ثروت و اشتغال می‌دهد رئیس‌جمهوری و دبیر ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق در این رویداد و در جمع رایزنان فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، با بیان اینکه عمده تمرکز حمایت‌ها در سال‌های اخیر بر شرکت‌های دانش‌بنیان بود، گفت: در دو سال اخیر با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری از توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق، مسیری تازه برای اشتغال و خلق ارزش افزوده در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق هموار شده است. وی با بیان اینکه تاب‌آوری حوزه‌های صنایع فرهنگی و خلاق، نسب به صنایع سخت در شرایط تحریم بیشتر است، گفت: در صادرات صنایع خلاق به دلیل دسترسی به مواد اولیه داخلی و نیروی انسانی خلاق، هزینه تمام شده رقابتی است، همچنین با توجه به حجم مبادلات در دنیا، همچنان سهم بازار ایران برای کشورهای مخصوصاً کشورهای منطقه جذاب است. وی با اشاره به اینکه در حوزه صادرات صنایع خلاق تاکنون صادرات به‌صورت موردی بوده است، بیان کرد: مذاکره برای افزایش گزینه‌های حمل و نقل، برگزاری یک رویداد تخصصی جهت شناسایی و فراخوان، پیمان‌های پولی در منطقه، تسهیل ثبت شرکت‌های ایرانی در کشور مقصد برخی از چالش‌ها و پیشنهادهای صادراتی حوزه صنایع خلاق هستند.

## شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان در برنامه هفتم توسعه جایگاهی ویژه خواهد داشت



شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان در برنامه هفتم توسعه جایگاهی ویژه خواهد داشت پرویز محمدنژاد قاضی‌محله، نماینده مردم از حوزه انتخابیه لنگرود در دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی با اشاره به نقش شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان در توسعه بیان کرد: در جهان امروز به راحتی می‌توان فناوری و خلاقیت را یک سلاح مدرن و یک دیوار و لایه دفاعی بزرگ دانست که در مقابل آسیب‌های خارجی، از هر کشور و جامعه‌ای حمایت می‌کند.

وی با اشاره به توجه جدی مقام معظم رهبری به شرکت‌های خلاق عنوان کرد: در نامه معاون علمی و فناوری رییس‌جمهوری به رهبر معظم انقلاب درباره شرکت‌های خلاق، رهبری به قوا برای حمایت از این شرکت‌ها تأکید داشتند. حضرت آقا به درستی این مهم را درک کردند و به همین دلیل تأکید بسیار مؤکدی روی حمایت از زیست‌بوم خلاقیت شرکت‌های خلاق دارند.

این نماینده مجلس در ادامه افزود: تلاش نظام این بوده که این نگاه دانشی و خلاقانه و زیست‌بوم محور به سیستم اجرایی کشور نیز نسج یابد و در آن ادغام شود. اگر فرایند قانونگذاری در مجلس یازدهم را مرور کنیم، خواهیم دید که این مجلس نگاهی بسیار دغدغه‌مند و زیبا به زیست‌بوم صنایع نرم و خلاق و اقتصاد دانش‌بنیان داشته و دارد. تصویب قانون جهش تولیدات دانش‌بنیان را نیز در این راستا باید تفسیر کرد.



## تفاهم‌نامه راه‌اندازی خانه خلاق و نوآوری بازی و گیم امضا شد

تفاهم‌نامه شکل‌گیری خانه خلاق و نوآوری بازی‌های رایانه‌ای به امضای رئیس مرکز و دبیر ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق و مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای رسید.

پرویز کرمی در این مراسم با بیان این‌که نظام ساختاری حمایت از صنایع خلاق و فناوری‌های نرم در کشور شکل گرفته و در حال تقویت است، ادامه داد: توسعه و رونق شرکت‌های خلاق، نیازمند ایجاد یک هاب یا شبکه ملی برای شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق است. این خانه خلاق و نوآوری در حوزه بازی شکل می‌گیرد تا با حمایت معاونت علمی و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای از شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان، نوآوری و توانمندی‌های حوزه بازی‌های رایانه‌ای جهش و تحولی جدی را شاهد باشد. کرمی با بیان این‌که حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری معطوف به بخش خصوصی بوده و در مسیر ایجاد اشتغال بر اساس راهبرد حمایت از خانه‌های خلاق و نوآوری

از توسعه بازی‌های رایانه‌ای است، افزود: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در قالب خانه خلاق و نوآوری بازی و ایجاد شبکه، از شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق حمایت می‌کند. در راستای شکل‌گیری شرکت‌های خلاق برای تولید ثروت از علم و توجه به اینکه بازی‌های رایانه‌ای، یکی از فراگیرترین رسانه‌ها در حال حاضر است که هم در زمینه آموزش و هم در زمینه اوقات فراغت و سرگرمی مورد توجه است.

**توجه و حمایت همه‌جانبه معاونت علمی از بازی‌های رایانه‌ای**



سید صادق پژمان مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با تأکید بر این‌که باید سویه نگاه و جهت‌گیری خود را به‌سوی این صنعت هنر رسانه تغییر دهیم افزود: حال که این ظرفیت ارزشمند فراهم شده باید دست به دست هم داد و ظرفیت را برای توسعه این حوزه فراهم کنیم. وی با تأکید بر اینکه تقلیل دادن حوزه بازی‌های رایانه‌ای تا سطح اسباب‌بازی، چالشی است که با آن مواجه هستیم، ادامه داد: وظیفه‌انگاری نهادها برای توجه به این حوزه موضوعی مهم بوده است. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق، همواره به این حوزه توجهی مسئولانه داشته و همکاری‌های بسیار خوبی با حمایت و پشتوانه معاونت علمی شکل گرفته است. در قالب یک درگاه، منابع حمایتی را به‌طور هوشمند به حوزه بازی‌های رایانه‌ای اختصاص داده است.

## بازی‌های خلاق تجاری می‌شود

### تا مهارت‌ها ارتقا یابد

عطا پورعباسی عضو کارگروه بازی‌های شناختی ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی با بیان این‌که تعامل و همراهی میان تیم‌های بازی ساز و متخصصان علوم شناختی سبب توسعه سرمایه شناختی در جامعه می‌شود، ادامه داد: جامعه ما به شدت نیازمند توسعه مهارت‌های شناختی از جمله خود تنظیمی، بازدارندگی، انعطاف‌پذیری و مهارت‌های درک خطر نسبی است که می‌توان از طریق بازی به تقویت آن‌ها پرداخت.

وی افزود: مهارت‌های شناختی مانند توجه دیداری، سرعت پردازش و تقویت حافظه کاری، از جمله مهارت‌هایی است که در عموم بازی‌ها به نوعی مورد هدف قرار گرفته و تقویت می‌شود. اما این مهارت‌ها برای نیل به اهداف فوق‌نیاز به بازنگری دارد.

### نقش آفرینی بازی‌ها در ارتقای مهارت‌های شناختی

متخصص علوم اعصاب و شناختی با اشاره به اقبال عموم جامعه به بازی‌های رایانه‌ای، این ظرفیت را ایجاد کرده که به شرط مدیریت صحیح، بتوان بخشی از آموزش‌ها و توانمندسازی‌ها و توسعه ذخایر شناختی را از این مجرا محقق کرد.

## تفاهم‌نامه همکاری مشترک معاونت نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی امضا شد

این تفاهم‌نامه همکاری مشترک با هدف توسعه کسب و کارهای مهارت‌محور، نوآورو فناوری‌ها امضا شد تا حمایت‌های زیرساختی زمینه را برای ایجاد اشتغال فناوری و نوآوری محور فراهم کند.

دو طرف این تفاهم‌نامه همکاری، با هدف توسعه تعاملات و شکل‌گیری نظاممند کسب و کارهای فناوری‌ها و ایجاد اشتغال پایدار با ظرفیت‌های خود را به کار خواهند



بست. از مهم‌ترین محورهای همکاری مشترک در این تفاهم‌نامه همکاری می‌توان به هم‌افزایی توسعه زیست بوم نوآوری، کارآفرینی و اشتغال کشور و با رویکرد ارائه خدمات آموزشی کارآمد مهارتی، ایجاد و توسعه فعالیت‌های نوآورانه در راستای ارتقای شایستگی‌های حرف‌های اشاره کرد. همچنین استفاده از ظرفیت موجود آزمایشگاهی و کارگاهی و با هدف توسعه خدمات فنی و تخصصی به شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، استارت‌آپ‌ها واحدها و مؤسسات فناور مستقر در مراکز نوآوری، مراکز رشد و پارک‌های علم فناوری از دیگر محورهای تفاهم‌نامه همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی است.



## حل چالش‌های مدیریت شهری با کمک زیست‌بوم فناوری و صنایع خلاق

تفاهم‌نامه همکاری مشترک برای استفاده حداکثری از ظرفیت‌های اجرایی در توسعه زیست‌بوم فناوری و کارآفرینی در شهر تهران میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و شهرداری تهران امضا شد.

این تفاهم‌نامه که به امضای سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رییس جمهوری و علی زاکانی شهردار تهران رسید؛ حل چالش‌های مدیریت شهری تهران با اتکا به زیست‌بوم نوآوری، فناوری و صنایع خلاق را هدف قرار داده است.

ستاری در مراسم امضای این تفاهم‌نامه همکاری با اشاره به اینکه همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و شهرداری تهران بسیار تنگاتنگ و نزدیک است، گفت: این دو نهاد موضوعات و مباحث زیادی برای همکاری در حوزه‌های مختلف دارند و می‌توانند چالش‌های شهری را با کمک شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق حل کنند.



معاون علمی و فناوری رییس جمهوری افزود: برخی همکاری‌ها میان شهرداری تهران و معاونت علمی در سطح پروژه‌های ملی در حال انجام است. پروژه‌هایی چون متروی ملی، هوشمندسازی شهر تهران و استفاده و احیای بافت‌ها و ساختمان‌های متروکه و فاقد استفاده که در قالب خانه‌های خلاق و نوآوری و ایجاد کارخانه‌های نوآوری مورد استفاده مجدد قرار می‌گیرند.

ستاری معتقد است که شهری هوشمند است که شهرداری آن به مثابه یک شتاب‌دهنده به توسعه کسب و کارها ورود و نیازهای خود را با کمک فناوری و نوآوری مرتفع کند.

ستاری ادامه داد: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از طریق مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت به همه ستادها تاکید خواهد کرد و ماموریت می‌دهد تا برای اجرایی شدن مفاد این تفاهم‌نامه مشارکت کنند و پروژه‌ها را با جدیت پیش ببرند.

در ادامه این جلسه علی زاکانی شهردار تهران هم با اشاره به ضرورت توسعه همکاری‌ها میان دو طرف، گفت: شهر تهران مستعد تحولات بزرگی است که بخش قابل توجهی از این تغییرات در گرو استفاده از فناوری و با تکیه بر دانش اتفاق می‌افتد.

وی افزود: دانش و فناوری است که می‌تواند هوشمندسازی شهر تهران را رقم بزند. باید در کنار هویت پایتختی تهران به آن هویت فناورانه هم ببخشیم. این کار را هم باید با استفاده از دانشمندان و نخبگان بومی انجام دهیم تا تهران به الگویی برای دیگر شهرها بدل شود. زاکانی ادامه داد: شهرداری تهران خود متقاضی بسیاری از خدماتی است که بر مبنای فناوری و دانش ارائه می‌شود به همین دلیل ما خود بازار بزرگی برای شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق محسوب می‌شویم.

شهردار تهران تاکید کرد: باید پروژه‌های کلانی در سطح شهر تهران با همکاری معاونت علمی و فناوری تعریف کنیم تا تهران با کمک همه ظرفیت‌های دانشی و فناورانه به سمت هوشمندشدن و رفع چالش‌های خود حرکت کند و چتر زیست‌بوم فناوری و نوآوری بر سر تهران گسترده‌تر شود.

## رونق زیرساخت‌های فناورانه در پهنه‌های شهری و حمایت از تولید بار اول

تفاهم‌نامه حمایت از ساخت برج‌های فناوری برای استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق با حضور معاون علمی و فناوری رییس جمهوری امضا شد.

سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رییس جمهوری در مراسم امضای این تفاهم‌نامه همکاری با اشاره به این‌که حمایت از ساخت بار اول و تحقق قانون جهش تولید دانش‌بنیان در اولویت‌های اصلی برای پیشبرد اقتصاد دانش‌بنیان و خلاق قرار دارد، عنوان کرد: با توجه به شعار سال جاری و به ثمر نشستن تلاش‌های جدی و پیگیری‌های مستمر، قانون جهش تولید دانش‌بنیان ابلاغ شد تا روند تازه‌ای در تحولات جدید در اقتصاد، فرهنگ کسب و کار و رویکرد جامعه به سرمایه انسانی رقم بخورد. این قانون روزآمد و مترقی ماحصل پیگیری‌های معاونت علمی و فناوری در طول ۳ سال در تعامل و تلاش سازنده مجلس شورای اسلامی است.

معاون علمی و فناوری رییس جمهوری با بیان این‌که در قانون جهش تولید دانش‌بنیان، فرصت‌ها و ظرفیت‌های متعددی برای رونق و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق ایجاد می‌کند ادامه داد: در این قانون، موضوع تامین سرمایه و حمایت مالی از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق به خوبی مورد توجه قرار گرفته است و فعالان زیست‌بوم فناوری و نوآوری به یاری این قانون، می‌توانند از حمایت‌های مالی نهادهای مالی همچون بانک‌ها نیز برخوردار شوند.

توسعه و استقرار شتابدهنده‌های شرکتی و مراکز نوآوری، واحدهای فناور و خلاق پاسخ به نیازهای فناورانه و اولویت‌های حوزه هوشمندسازی کشور به اتکالی شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، حمایت از شکل‌گیری و توسعه کسب و کارهای جدید نوآورانه و فناورانه و دارای پتانسیل ملی و بین‌المللی از محورهای این تفاهم‌نامه همکاری است.



### نمایشگاه دستاوردهای شرکت‌های فعال در حوزه صنایع دستی، گردشگری و هتلداری برگزار می‌شود



به همت ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، خانه خلاق و نوآوری آفتاب مجری برگزاری بزرگ‌ترین رویداد گردشگری و صنایع‌دستی جهان شهر اصفهان شده است. این خانه خلاق و نوآوری در این راستا از علاقه‌مندان در حوزه تولید محتوا، گردشگری آموزشی، گردشگری تفریحی و بازی‌های رایانه‌ای، گردشگری خلاق، صنایع‌دستی، پوشاک و... دعوت به همکاری می‌کند. این خانه خلاق و نوآوری، بر مبنای یک سیستم استعداد سنجی که بیش تر حول کودکان و نوجوانان متمرکز است، ایده‌های خلاقانه و نوآورانه آن‌ها را شناسایی کرده و خروجی این سیستم، به ورودی خانه خلاق و نوآوری منجر می‌شود.

سجاد حیات‌بخش مدیر خانه خلاق و نوآوری آفتاب با بیان اینکه نمایشگاه گردشگری و صنایع‌دستی جهان شهر اصفهان دوازدهمین دوره است که برگزار می‌شود، گفت: در این نمایشگاه تلاش شده تا میزبان ۳۱ استان کشور باشیم و به‌صورت بین‌المللی برگزار کنیم. وی با اشاره به اینکه هدف از برگزاری این نمایشگاه حمایت از شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان در حوزه صنایع‌دستی و گردشگری است، افزود: به هر استانی در حوزه صنایع‌دستی برای ارائه محصولات در حدود ۴ غرفه داده می‌شود، همچنین در حوزه گردشگری آژانس‌ها، هتل‌ها و مجموعه‌های فرهنگی و تفریحی خدمات خود را در این نمایشگاه ارائه می‌دهند. نمایشگاه گردشگری و صنایع‌دستی جهان شهر اصفهان ۷ تا ۱۱ مهرماه سال جاری در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی اصفهان برگزار می‌شود.

در این راستا از شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان، خانه‌های خلاق و نوآوری سراسر کشور دعوت می‌شود جهت رزرو غرفه از طریق سایت [www.iite.ir](http://www.iite.ir) و یا شماره واتساپ ۰۹۱۶۲۰۴۵۴۶۴ تماس بگیرند.

### فعلان زیست‌بوم فناوری و نوآوری به زائران اربعین حسینی خدمت‌رسانی می‌کنند

دبیرخانه ستاد اربعین معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و سایر فعالان زیست‌بوم فناوری و نوآوری را برای ارائه ایده‌های تسهیل خدمت‌رسانی به زائران اربعین حسینی دعوت می‌کند. بر اساس این فراخوان، قرار است تا با همکاری فعالان شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و سایر فعالان نوآوران و فناوران، زمینه برای تسهیل و ارائه خدماتی شایسته به زائران اربعین حسینی فراهم شود. طرح‌های واصله از طریق ستادهای توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری مورد بررسی و ارزیابی تخصصی قرار گرفته و در صورت تایید و با اعطای تسهیلات ویژه مورد حمایت قرار می‌گیرند. لازم به یادآوری است که در مجموع از ۱۰ طرح برتر حمایت انجام می‌پذیرد و شرکت‌های دانش‌بنیان تا سقف ۵۰۰ میلیون تومان و شرکت‌های خلاق تا ۲۵۰ میلیون تومان و با تشخیص و ارزیابی تخصصی برای خدمت‌رسانی بهتر به زائران اربعین حسینی، حمایت می‌شود. بر اساس فراخوان دبیرخانه ستاد اربعین معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، طرح‌های نوآورانه خود را در موضوعات زیر با تکمیل کاربرگ در سایت ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق، تا تاریخ ۱۵ شهریور ماه ارسال کنند.

**طرح‌ها در دو دسته کلی قابل ارائه خواهند بود:**

الف: طرح‌های جدید که برای نخستین بار و در سال جاری، اجرایی و عملیاتی شده باشند  
ب: طرح‌های توسعه و ارتقایی بر روی پلتفرم‌های موجود که سال‌های قبل نیز موفق به خدمت‌رسانی بوده‌اند.  
ضوابط مورد نظر:

۱. طرح‌ها در ارتباط با همایش عظیم بویژه پیاده روی اربعین باشد.
۲. طرح‌ها باید در جهت خدمت‌رسانی بهتر رفاهی و معنوی به زائران باشد.
۳. طرح‌ها نباید دارای مشابه قبلی باشند.
۴. رعایت اصل مالکیت معنوی در طرح‌ها الزامی است.
۵. طرح‌ها باید از نظر فنی قابل اجرا باشند.

# سند ملی

## توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم

### بخش نهم

این سند که در جلسه ۸۱۰ مورخ ۰۹/۰۴/۱۴۰۰ شورای عالی انقلاب فرهنگی و براساس مصوبه جلسه ۴۶ ستاد راهبردی اجرای نقشه جامع علمی کشور به تصویب رسیده است، به شرح ذیل برای اجرا ابلاغ می‌شود:

- تبصره ۱:** این گزارش شامل میزان تحقق اهداف و مقادیر شاخص‌های سند و همچنین فرآیند استخراج آن‌ها خواهد بود.
- تبصره ۲:** ستاد موظف است ظرف مدت شش ماه پس از ابلاغ سند، عناوین شاخص‌های سند را در چهار سرفصل شاخص‌های ورودی، فرآیندی و زیرساختی، خروجی و پیامدی تدوین نموده و به تأیید ستاد راهبردی اجرای نقشه جامع علمی کشور برساند.
- ۹-** ارزیابی مستمر و نظارت بر حسن اجرای برنامه‌های محول شده به دستگاه‌ها و نظارت بر جذب، تفکیک و تخصیص بودجه و ارائه گزارش سالانه به شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- ماده ۸:** بودجه و تشکیلات
- ۱-** ساختار تشکیلاتی و شرح وظایف دبیرخانه ستاد با رعایت قوانین و مقررات اداری و استخدامی کشور، در ستاد تهیه و به تصویب مراجع ذیصلاح قانونی خواهد رسید.
- ۲-** دستگاه‌های عضو موظفند برنامه‌های مصوب در این ستاد را در راستای اجرایی‌سازی این سند در برنامه سالانه خود در نظر گرفته و به سازمان برنامه و بودجه کشور ارائه نمایند.
- ماده ۹:** این مصوبه مشتمل بر یک مقدمه، ۹ ماده و ۹ تبصره بر اساس مصوبه جلسه ۹۴ مورخ ۱۳/۰۴/۱۳۹۶ ستاد راهبردی اجرای نقشه جامع علمی کشور، در جلسه ۸۱۰ مورخ ۲۶/۰۴/۱۳۹۷ شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید و از تاریخ تصویب لازم‌الاجراست و کلیه مصوبات و سیاست‌های قبلی مغایر، لغو و بلااثر خواهد بود.
- حسن روحانی  
رئیس جمهور و رئیس شورای عالی انقلاب فرهنگی
- تبصره ۱:** دبیر ستاد به انتخاب رئیس ستاد، به مدت ۴ سال منصوب می‌شود و انتصاب مجدد ایشان بلامانع است.
- تبصره ۲:** افراد مذکور در بندهای ۱۹ و ۲۰، برای مدت ۴ سال منصوب می‌شوند و انتصاب مجدد ایشان بلامانع است.
- تبصره ۳:** حسب مورد از وزرا و رؤسای دستگاه‌های مرتبط با حق رأی دعوت خواهد شد.
- ۵-** وظایف ستاد عبارت است از:
۱. برنامه‌ریزی، هماهنگی و نظارت و ایجاد ارتباطات بین دستگاهی، تقسیم کار بین دستگاه‌ها و رصد اقدامات بر اساس این سند؛
  ۲. تهیه و تدوین برنامه عملیاتی و نقشه راه اجرایی‌سازی سند در هر سال؛
  ۳. بررسی سالانه تحولات داخلی و بین‌المللی فناوری‌های فرهنگی و نرم و ارائه پیشنهاد اصلاحات لازم برای بازنگری و به‌روزرسانی سند؛
  - تبصره: برنامه عملیاتی و نقشه راه اجرایی‌سازی بایستی ظرف مدت شش ماه از تاریخ ابلاغ در تمام حوزه‌های اولویت‌دار سند، تهیه و به ستاد راهبردی اجرای نقشه جامع علمی کشور ارائه شود.
  ۴. حمایت مادی، معنوی، علمی، اطلاعاتی و تسهیل‌گری از شرکت‌های دانش‌بنیان و شرکت‌های خلاق و طرح‌های فناورانه و تجاری‌سازی آن‌ها مبتنی بر آیین‌نامه‌های مصوب در ستاد؛
  ۵. ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی بین دستگاهی برای دستیابی به اهداف این سند؛
  ۶. هدایت و هماهنگی منابع و امکانات مالی و سرمایه‌های انسانی کشور در حوزه فناوری‌های فرهنگی و نرم؛
  ۷. تدوین شاخص‌های مورد نیاز پیش‌سند و نظارت بر آن؛
  ۸. پایش شاخص‌ها و ارائه گزارش سالانه به ستاد راهبردی اجرای نقشه جامع علمی کشور؛



# معرفی خانه خلاق و نوآوری کی پلاس و گفت و گو با خانم سمیرا شرکت رضوی

ما در شرکت مادری به نام کلید طلایی مشغول به فعالیت هستیم که در حوزه توزیع و نشر محتوا فعال هست و اولین موسسه فرهنگی دیجیتال ثبت شده در وزارت ارشاد می باشد. با رشد روزافزون مدل زندگی دیجیتال آدم ها، طی تحقیقی که به کمک متد روش شناسی توصیفی باهدف خلق سناریوهای آینده یا به اصطلاح آینده پژوهی انجام دادیم به یک سری چالش برخوردیم که مسئله های اصلی و مهم آینده نه چندان دور و چه بسا کنونی جوامع بشری به نام های Miss Information و Dis Information می باشد.



اینکه کاربر چگونه بین این حجم اطلاعات، اطلاعات مناسب و درست را تشخیص دهد، Miss Information نامیده می شود و از طرفی موسسات و کمپانی هایی در حال جهت دهی و نشر اطلاعات در راستای اهداف سیاسی و اقتصادی خود هستند که افراد را دچار Dis Information می کنند؛ بنابراین عامه مردم در زندگی دیجیتال خود دچار سردرگمی هایی شده اند که روزه روز گیج کننده تر خواهد شد. از سوی دیگر باتوجه به اینکه تاکید بر صادرات فناوری از سمت کشورمان به بیرون از مرزها وجود دارد که اولین زیرساخت آن رعایت حق کپی رایت در حوزه محتواست، ما تصمیم گرفتیم به سمت ایجاد یک هاب محتوایی با کمک استارت آپ هایی که در حال فعالیت در این حوزه هستند، برویم. سابق بر این ما شرکت خلاق بودیم و با اکوسیستم خلاق و نوآوری آشنایی داشتیم، بنابراین تصمیم گرفتیم یک خانه خلاق و نوآوری تأسیس کنیم تا بتوانیم با حمایت از استارت آپ های جوان و نوپا که در حوزه هوشمندسازی محتوا فعالیت می کنند

های متقاضی در خانه ما با یکی از نقش های تعریف شده در سایت (Kplus.Holdings) وارد خانه ما می شوند. به معنای ساده تر از کسانی که ایده های خلاقانه ای در ذهن خود دارند، حمایت می شود و تلاش بر این است که ایده ها را به خروجی تجاری و ارزشمند برسانیم تا کاربر بتواند با حفظ حقوق مالکیت معنوی صاحبان آثار فرهنگ و هنر استفاده کند. در غالب استارت آپ استودیو از تیم های نشر و تولید محتوای دیجیتال (بازی آنلاین، ویدئو سرگرمی، موسیقی، کتاب صوتی و پادکست) حمایت و استقبال می کنیم تا کارهای خودشان را در مسیرهای شتابدهی و تجاری سازی خانه

، مسیر ایجاد یک هاب ملی محتوای سرگرمی را هموار کنیم. واژه کی پلاس هم در راستای همین هدف به معنای کی (چی کسی)، کی (چه زمانی) با کلید ما در این هم افزایی می تواند راهگشا باشد.

## فعالیت خانه خلاق و نوآوری کی پلاس به چه صورت است؟

در اکوسیستم خلاق ما هرکسی یک نقشی دارد، یادگیر، ایده دار، کاردار، تیم دار و ... که هرکدام تعریف خاص خود را دارند. مثلاً کاردار یا همان فریلنسر کسی است که توانایی و مهارت در یک حوزه خاص دارد و هدفش ورود به یک تیم است. افراد یا تیم

مسئله و یا در حال اجرا هستند مانند شرکت در جوایز در سطح ملی و بین‌المللی، عقد قرارداد با کسب و کارهای مرجع در حوزه محتوا، گرفتن سرمایه‌گذار برای تیم‌های مستقر بالغ شده، اقدام برای توسعه فضای فیزیکی و انتشار محتوای بین‌المللی با هدف صادرات



بیشتر را هم داریم.

### پیشنهاد شما برای حمایت از شرکت‌های خلاق

#### و خانه‌های خلاق و نوآوری چیست؟

در خانه‌های خلاق دو نگاه وجود دارد، یکی نگاه زیست بومی و دیگری تمرکز بر روی محصول خاص باهدف صادرات بین‌المللی. در نگاه زیست بومی یک سری از افراد با مهارت‌های مختلف ایفای نقش می‌کنند که این نگاه باید از طرف خود ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق اجرا شود و در حال حاضر هم یکسری اقدامات اولیه انجام شده است اما نیاز به پیشرفت سریع‌تر دارد تا هر خانه خلاق به شکل موازی کارهای تکراری انجام ندهد و باتوجه به محدودیت منابع هم‌افزایی بیشتری بین خانه‌ها ایجاد شود و با هدایت ستاد هرکس در زمینه‌ی خاص خودش، نقش خود را به شکل مفیدتری ایفا نماید.

رویکرد دوم که خلق ارزش صادراتی است و بیشتر مورد هدف است، نیازمند حمایت، ادبیات، زیرساخت و تضامین مربوط به خودش می‌باشد. بخش خصوصی با توجه به محدودیت‌هایی که دارد برای نقش‌آفرینی نیاز به حمایت ستاد دارد. یکی دیگر از مواردی که نیازمند آن هستیم، بحث آشنایی جوانان، فضای مجازی و فرهنگ عمومی با خانه‌های خلاق و نوآوری است که می‌تواند در این روزها تعدادی از نوآوران و مبتکرین را که در حال خلق و تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی هستند مشروعبیت بخشیده و برای انتشار در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی آماده سازند.

#### راه‌های ارتباطی :

#### وبسایت :

[www.kplus.holdings](http://www.kplus.holdings)

#### اینستاگرام :

[kplus\\_creative\\_house](https://www.instagram.com/kplus_creative_house)

#### آدرس :

خیابان شریعتی - جنب متروی قیطریه - بلوار صبا

- خیابان کریمی - بن‌بست داور - پلاک یک

خلاق و نوآوری کی‌پلاس به نتیجه برسانند.

### آیا در حوزه تخصصی فعالیت کی‌پلاس می‌کنید؟

همان‌طور که اشاره شد حوزه اصلی فعالیت خانه خلاق و نوآوری کی‌پلاس پلتفرم و سرویس‌های محتوایی است که با استفاده از تکنولوژی‌های روز، محتوای مناسب را به شکل مناسب و به صرفه‌ای در اختیار کاربران قرار بدهد. هدف ما حمایت از فعالانی است که در حال خلق، تولید و هوشمندسازی محتوای دیجیتال سرگرمی هستند، در این سال‌ها که اینترنت و فضای مجازی دیجیتال بر سبک زندگی مردمان جهان تأثیر بسزایی گذاشته، نیاز به ابتکار و ابداع در تولید و نشر محتوای دیجیتال مورد نیاز به خصوص برای نسل‌های زد و آلفا (به خصوص دهه هشتادی‌ها و نودی‌ها) هستیم. استارت‌آپ‌های مستقر در کی‌پلاس با نویسندگان کتاب، گویندگان، انیماتورها، بازی سازها، خوانندگان، پادکسترها، دوبورها و سایر عوامل تولید و نشر کارهای خلاقه زیادی انجام می‌دهند. برای نمونه یک آلبوم کتاب صوتی با روایت خواننده نابینای کشور، برای اولین بار در جهان بدون استفاده از خط بریل توسط استارت‌آپ چارگوش در خانه خلاق و نوآوری کی‌پلاس تولید شده است.

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

ظرفیت ما حدوداً ۳۵ نفر می‌باشد که در حال حاضر پنج تیم مستقر و یک تیم کاندید برای



استقرار داریم. به زودی با جذب سرمایه تیم‌های مستقر، مستقل شده و تیم‌های کاندید جایگزین می‌شوند. در صورتی که حمایت‌های ستاد محقق شود و توسعه فضای فیزیکی امکان‌پذیر شود ما امکان پذیرش افراد و تیم‌های

### نحوه پذیرش در خانه خلاق و نوآوری کی‌پلاس به چه صورت انجام می‌شود؟

رویدادها، معرفی افراد، شبکه‌های اجتماعی و از طریق سایت کی‌پلاس که افراد می‌توانند پروپوزال خود را ایمیل نمایند، پس از بررسی اولیه اگر طرح مورد تأیید باشد، درخواست ارسال اسناد بیشتر شامل مدل مالی و کسب و کاری و برنامه‌های خودشان را از ایشان می‌کنیم و وارد فاز جلسات حضوری و مشخص کردن شرایط همکاری می‌شویم.

### بزرگ‌ترین چالشی که تجربه کرده‌اید چه بوده است؟

خروج و مهاجرت افراد نخبه از تیم‌ها بعد از اطمینان از حمایت‌های اولیه و آموزش‌های ابتدایی و صرف هزینه‌های منتورینگ و اعتباربخشی به استارت‌آپ‌ها

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

امکانات ما شامل فضای کار اشتراکی، اتاق جلسات، اینترنت فیبر نوری، دوتا دیتا سنتر بیرونی و یک دیتاسنتر داخلی، استودیوی عکاسی، فضای روباز و سبز برای جلسات اختصاصی (باتوجه به شیوع کرونا)، فضای نمایشگاهی کتاب و سی‌دی‌های موسیقی، کتابخانه با بیش از سه هزار عنوان کتاب، سیستم‌های سخت‌افزاری و اداری به‌روز، استودیو گرافیک و انیمیشن می‌باشد. همچنین برای مجوزهای قانونی و قراردادی، امور مالیاتی، بیمه و سایر نیز حمایت از طرف ما برای تیم‌ها صورت می‌گیرد.

### برنامه‌های توسعه‌ای شما برای آینده چیست؟

برنامه‌های ما همان‌طور که در سایت هم درج شده یا در حال توسعه هستند مثل ایجاد باشگاه خلاق، آکادمی کی‌پلاس و کلینیک حل



# معرفی خانه خلاق و نوآوری صدر اشراق و گفت و گو با آقای محسن وحدانی



ایده شکل گیری مجموعه در ابتدا با پژوهش در حوزه کسب و کارها و محتوای دیجیتال شروع شد؛ در واقع ما که جمعی بودیم از هنرمند و ارتباطات خوان و ریاضی دان و الگوریتم و برنامه نویس و ... دنبال ایجاد و توسعه کسب و کار بودیم. هر قدر تحقیق کردیم در دو بستر یکی استان خودمان (اردبیل) یکی آینده کسب و کارهای مرتبط با توانمندی هایمان، رسیدیم به حوزه محتوای دیجیتال و هنرهای نوین و صنعت هایی مثل انیمیشن و گیم و .. چون هم نیروی انسانی این مدل در استان زیاد بود و هم آینده خوبی متصور می شد.

## فعالیت خانه خلاق و نوآوری صدر اشراق به

### چه صورت است؟

خدمات متنوع برای مراجعین و علاقه مندان به خانه خلاق و نوآوری صدر اشراق ارائه می شود از مشاوره کسب و کار و تخصیص مکان برای فعالیت گرفته تا تجاری سازی محصول و کمک به برندسازی و ...

به طور خلاصه مدل فعالیت به این شکل هست که وقتی فرد یا تیم با ایده یا حتی بدون ایده و قصد ایجاد کسب و کار وارد مرکز می شوند مذاکرات به صورت B2B تا چکش کاری



ایده و در واقع پخته شدن ایده ادامه پیدا می کند و بلافاصله نیازسنجی برای تولید محصول یا ارائه خدمت انجام گرفته و با اصول تیم سازی کار شروع می شود و منتور در کنار تیم هست تا مربیان و مشاورانی که در هر مرحله نیز باشد بعد از تولید محصول آزمایشگاهی، هسته به نهادهای مربوطه مثل پارک یا نهاد هدف و مجموعه های خصوصی مشتری محصول معرفی شده و مشاوره برای فروش محصول یا خدمت شروع می شود.

### آیا در حوزه تخصصی فعالیت می کنید؟

شرکت تصویرگران صدر اشراق سابقه فعالیت

با مراجعات زیادی که داشتیم و استقبالی که از دوره ها و نوع فعالیت مرکز که برای استان جدید بود و از این سو ساختارهای جدیدی که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای حمایت ها و طرح ریزی اکوسیستم فناوری ایجاد کرد سال ۱۴۰۰ با هم فکری رئیس پارک استان اقدام به اخذ مجوز خانه خلاق و نوآوری صدر اشراق کردیم که با دید مثبت مسئولین مربوطه به ویژه آقای پرویز کرمی بزرگوار اوایل ۱۴۰۱ این مجوز هم برای مجموعه صادر شد و این راه همچنان ادامه دارد.

مجموعه را به صورت استودیو انیمیشن استارت زدیم در سال ۱۳۹۵ با مجوز وزارت ارشاد، سال ۱۳۹۶ که اولین سال های ایجاد پارک علم و فناوری در استان بود بلافاصله مستقر شدیم آن زمان ۲۵ شرکت بودیم کلاً در پارک اردبیل و امکانات از حداقل هم پایین تر، خیلی تلاش کردیم برای توسعه و در سال ۱۳۹۷ که بحث مراکز نوآوری مطرح شد با همکاری ویژه قرارگاه حضرت زهرا (س) استان اردبیل و اداره کل اوقاف و امور خیریه زیر ساخت خوبی برای مرکز ایجاد کردیم و این برای ما در واقع آغاز جدی توسعه بود و بحمدالله صورت گرفت.



در حوزه های تخصصی IT و ICT را در کارنامه خود دارد و تولیدات مختلفی در رشته های انیمیشن، گیم، اپلیکیشن و برنامه های کامپیوتری و... داشته و دارد و اساساً یکی از علل انتخاب موضوع فعالیت صنایع خلاق برای خانه همین بوده و با عنوان خانه خلاق در حوزه صنایع خلاق به صورت تخصصی در حال فعالیت و خدمت رسانی است.

**ظرفیت خانه خلاق و نوآوری صدر اشراق چقدر است و چه میزان از آن در حال استفاده است؟**

به صورت همزمان خانه ظرفیت استقرار و فعالیت حدود ۱۰۰ نفر را داراست که در حال حاضر نصف این ظرفیت در حال فعالیت و بقیه آن نیز در حال تکمیل می باشد.

**نحوه پذیرش در خانه خلاق و نوآوری صدر اشراق به چه صورت انجام می شود؟**

صفحه رسمی و سایت خانه خلاق و نوآوری صدر اشراق و بزرگوارانی که قبلاً در جلسات خانه اعلام آمادگی و علاقه کرده اند در دانشگاه و مدارس و... علاقه مندان را به خانه وصل می کنند و در ابتدا با تکمیل تلنت فرم خانه و انجام دیدار و گفتگوی حضوری تشکیل پرونده برای مراجعین انجام می پذیرد.



**بزرگترین چالشی که تجربه کرده اید چه بوده است؟**

فرهنگ سازی مرتبط با دانش بنیانی و خلاق و اکوسیستم فناوری بزرگترین چالشی است که هنوز هم با آن دست به گریبان هستیم. مواردی هست که دل آدمی را می فشارد هم از سوی برخی مسئولین که هنوز در کوچه پس کوچه های اقتصاد بیمار سنتی (البته نوع سالم اقتصاد سنتی مورد بحث نیست) آواره هستند و قسمتی از جامعه که هنوز با این

مباحث بیگانه هستند برای مثال جوانانی به ما مراجعه می کنند پر از انرژی و استعداد و خلاقیت و ما چند ماه برایشان انرژی و وقت و خدمات اختصاص می دهیم و دقیقاً در هنگام میوه دهی ملاحظه می شود که خانواده اش مانع می شوند که باید کنکور قبول بشوی یا درست را خوب بخوان و ... در حالی که به صورت پیش فرض اینها درس خوان و موفق هستند ولی چون ذهنیت خانواده ها و جامعه آماده نیست و مباحث فناوری و ثروت افزایی آن را پذیرش نمی کنند این چالش ها وجود دارد.

**خانه خلاق و نوآوری صدر اشراق چه امکان و تجهیزاتی را فراهم کرده است؟**

در خانه خلاق و نوآوری صدر اشراق شما می توانید از صبح علی الطلوع تا نیمه شب روی ایده و فعالیت خود متمرکز باشید و کار کنید و از مجموعه بیرون نروید به چند علت چون یک محیط آرام و نسبتاً بزرگ پیش روی شماست و افراد مسئول مراقب آرامش روانی محیط هستند همچنین یک کافه نوآوری کامل با بیش از ۱۰۰ نوع نوشیدنی سرد و گرم و غذا و ... در خدمت تیم هاست همچنین اتاق کروماکی برای ضبط تبلیغات و کارهای مدیا، اتاق موسیقی برای ضبط صدا و موسیقی که در حال تکمیل هست، منطقه کوورکینگ بزرگ، وی آپی، کارگاه و ... از امکانات خانه می باشند.

البته هیچ وقت ادعای کامل بودن را نمی کنیم و می بایست برای هرچه بهتر و بیشتر شدن خدمات تلاش کنیم.

**برنامه های توسعه ای شما برای آینده چیست؟**  
در حال حاضر داریم روی بحث ایجاد کارخانه نوآوری استان تلاش می کنیم که در این خصوص

هم چالش های عجیب و غریبی پیش رو داریم.  
**پیشنهاد شما برای حمایت از شرکت های**

**خلاق و خانه های خلاق و نوآوری چیست؟**

باید توجه داشت که کشور در شرایط خاصی هست، بی تعارف اکثر دستگاه هایی که مسئول اشتغال زایی بودند و هستند ناموفق عمل کردند و الان قسمت اعظمی از اشتغال زایی و بار اصلی فناوری و پیشرفت کشور بر دوش معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری قرار گرفته؛ مستقیم یا غیرمستقیم.

معاونت هم مشخص هست که رفته رفته پخته تر و با برنامه تر و دقیق تر شده و در ترسیم آینده کشور نقش اساسی بازی می کند همین نکات و حساسیت ها و کارهای بزرگ باعث می شود وجود یک واحد آسیب شناسی از بیرون معاونت یا در درون آن ولی به طور مستقل و غیر دستوری که بتواند آسیب های موجود یا آتی را محاسبه کند و از اتلاف زمان و انرژی و هزینه ها جلوگیری کند، لازم می کند.

**راه های ارتباطی :**

**وبسایت :**

[www.sadreshragh.com](http://www.sadreshragh.com)

**اینستاگرام :**

[sadreshragh](https://www.instagram.com/sadreshragh)

**آدرس :**

اردبیل، عالی قاپو، پشت امام زاده صالح



## جایگاه صنایع خلاق در صنعت و اقتصاد

صنایع فرهنگی نقش مهمی در اقتصاد جهانی ایفا می‌کنند. این صنایع برگرفته از ذهن، دانش و خلاقیت بشر می‌باشد، و بدون این صنایع گوناگون هیچ کشوری قادر به ادامه حیات خود نخواهد بود. در حالی که بسیاری از کشورهای توسعه یافته پایه‌های اقتصاد خود را بر روی منابع طبیعی استوار کرده‌اند، برخی کشورهای پیشرفته توانسته‌اند افق‌های تازه‌ای را به روی انواع جدید صنعت باز کرده و ثروت ملی خود را به گونه‌ای چشمگیر افزایش دهند. این دسته از کشورها با بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی، هنری و اجتماعی موجود راهی را به سوی شاخه جدیدی از صنعت تحت عنوان «صنایع خلاق» باز کرده‌اند.

صنایع فرهنگی در نگاه مرسوم به معنای نگاه تجاری، اقتصادی و کسب منفعت از خاستگاه‌ها، نمادها، محصولات و خدمات فرهنگی است. این صنعت پراهمیت در تمامی جهان نه تنها به رسمیت شناخته شده است، بلکه بخش اعظمی از تولید ناخالص داخلی کشورها را تشکیل می‌دهد. رایج‌ترین طبقه‌بندی برای صنایع فرهنگی و خلاق به شرح ذیل می‌باشد.

### طبقه‌بندی صنایع خلاق

تلویزیون، هنرهای بصری، فیلم، موسیقی، رادیو، هنرهای نمایشی، روزنامه‌ها و مجلات، تبلیغات، معماری، کتب (نشر) و بازی می‌باشد. بیشترین سهم در درآمدزایی حاصل از صنایع فرهنگی و خلاق مربوط به تلویزیون و هنرهای بصری بوده و کم‌ترین میزان درآمد نیز مربوط به حوزه رادیو می‌باشد. صنعت موسیقی و فیلم‌سازی اگرچه نسبت به سایر حوزه‌ها درآمدزایی کمتری داشته است اما نیروی کار نسبتاً بالایی را درگیر خود کرده است.

# Creative



# Economy

اقتصادی و فرهنگی قرار گیرد. طبق پژوهش‌های انجام شده توسط CISAC (کنفدراسیون بین‌المللی انجمن نویسندگان و مؤلفان) در حال حاضر بالغ بر ۲۲۵۰ میلیارد دلار در کل جهان به اقتصاد صنایع خلاق اختصاص دارد که این رقم حدود ۳ درصد از کل تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهد. همچنین صنایع خلاق در سراسر جهان توانسته‌اند حدود ۳۰ میلیون شغل ایجاد کنند که این میزان تقریباً یک درصد از کل جمعیت فعال جهان را تشکیل می‌دهد. در این میان آسیا و اقیانوسیه با حدود ۷۴۳ میلیارد دلار اقتصاد خلاق توانسته حدود ۱۲/۷ میلیون شغل ایجاد کند و جایگاه اول را در این زمینه به خود اختصاص دهد. پس از آسیا و اقیانوسیه، اروپا با ۷۰۹ میلیارد دلار و ۷ میلیون شغل، آمریکای شمالی با ۶۲۰ میلیارد دلار و ۴/۷ میلیون شغل، آفریقا و خاورمیانه با ۵۸ میلیارد دلار و ۲/۴ میلیون شغل و آمریکای لاتین با ۱۲۴ میلیارد دلار و ۱/۹ میلیون شغل در جایگاه‌های بعدی قرار دارند. آن‌گونه که آنکتاد

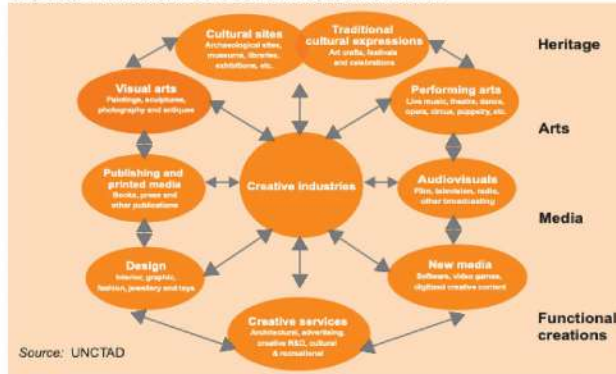
به صورت سنتی تصور بر این است که هنرمندها توانایی کسب ثروت را ندارند. ارزش یک هنرمند به کسب ثروت نیست. با این نوع تفکر تمایل افراد به فعالیت در هنر کاهش می‌یابد؛ اما مدل سازی و وجود بیزینس پلن‌ها در صنایع خلاق موجب استفاده از ظرفیت چپ مغز و کسب ثروت خواهد شد.

### نقش صنایع خلاق در اقتصاد

امروزه از جمله مهم‌ترین اهداف اقتصاد کلان، رشد و توسعه و اشتغال کامل (کاهش بیکاری) می‌باشد؛ که این اهداف اقتصادی، شامل تولید بیشتر، مصرف بیشتر، درآمد بالاتر و تقاضای نیروی کار بالاتر می‌باشد و به وسیله آن‌ها، رشد اقتصادی و کاهش بیکاری حاصل می‌گردد. در سال ۲۰۱۳، از جانب صنایع فرهنگی و خلاق در سراسر جهان درآمدی برابر با ۲/۲۵۰ میلیارد دلار حاصل و موجب به کارگیری ۲۹ میلیون نفر شده است. طبق این گزارش‌ها صنایع فرهنگی و خلاق در سراسر جهان نقش مهمی در اقتصاد جهانی و توسعه‌یافتگی جوامع ایفا می‌کند که باید همواره مدنظر سیاست‌گذاران



UNCTAD classification of creative industries



نتیجه:

در جوامع امروز صنایع خلاق نقش مهمی از فرایند سرمایه‌گذاری را ایفا می‌کنند، اما در طبقه‌بندی‌ها و بخش‌های مختلف، اعم از صنایع صنعتی و صنایع دستی و... و در بستر عمیق‌تر در نقش شتاب‌دهنده‌ها که یکی از پرسودترین و بازگشت‌پذیرترین نوع سرمایه‌گذاری در صنایع خلاق می‌باشد. از آنجایی که به شتاب‌دهنده‌ها به عنوان یکی از تأثیرگذارترین بخش‌های این زیست‌بوم می‌توان اشاره کرد؛ این مهم یکی از قابل توجه‌ترین ارکان در صنعت عظیم خلاق می‌باشد. برای فرصت رشد این صنعت در بستر سرمایه‌گذاری باید به این نکته توجه کرد که بخش‌هایی از آن به صورت جدی و پیوسته با صنایع دستی و نوپای جدید گره‌خورده و فرصت‌های سرمایه‌گذاری متفاوت و مناسبی در انتظار رشد و شکوفایی بیشتر این بخش‌ها هستند که با یک طرح‌ریزی درست و مناسب و با شناخت کافی از نیاز روز و یک تحلیل هوشمندانه از اطلاعات بازار و با شناخت کافی از استراتژی‌ها و ساختارهای درست سرمایه‌گذاری و تحلیل هوشمندانه اطلاعات از دید شرکت‌های موفق جهان می‌توان، موجب تأثیرگذاری بسزایی در این صنعت شد.

تبدیل شدن به معیاری است که بتواند، مدیران شرکت‌ها و سازمان‌ها را در اخذ تصمیمات هوشمندانه یاری دهد. هدف اصلی از انجام تجزیه و تحلیل اطلاعات بازاریابی شناخت بهتر بازار و رقبا و در نتیجه دستیابی به نتایج بهتر در کسب و کار است خیلی از مطالعات ارتباط بازاریابی با عملکرد شرکت را تأیید کرده‌اند. همچنین تحقیقات قبلی به طور مداوم نشان می‌دهد که قابلیت‌های بازاریابی می‌تواند توانایی شرکت‌ها را افزایش دهد. مسئله این است که باید تمام وظایف یک شرکت برای رسیدن به اهداف کلان آن هماهنگ و به طور متقابل روی هم تأثیر بگذارند؛ اما آنچه در عمل روی می‌دهد، نشان می‌دهد که روابط میان بخش‌ها گاه با رقابت زیاد و نداشتن اعتماد همراه است. یک مشکل اساسی برای مدیران امروزی تغییر و پیچیدگی ناشی از تعامل سازمان با محیط آشفته بازاریابی خارج سازمان است. شرکت‌های موفق، دیدگاه بیرونی را در مورد کسب و کار خود تقویت می‌کنند و آن‌ها بازاریابی را می‌شناسند و این مسئله با دریافت و تحلیل هوشمندانه اطلاعات از بازار اتفاق می‌افتد و این اطلاعات استراتژی‌ها، ساختارها و سیستم‌های سازمان‌ها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. باید دانست برای این امر و یک سرمایه‌گذاری موفق نیاز است تا از جهان توسعه شرکت‌های سرمایه‌گذاری صنایع دستی کشور براساس مدل بازاریابی هوشمند مطلع باشیم، با بررسی مطالعات بازاریابی هوشمند، وجود تفاوت‌هایی در ابعاد، اصول، فرایند و... هر یک از این مطالعات مشخص می‌گردد.

نویسنده: زهرا عالیجاه

(کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل) گزارش می‌دهد، کشور چین توانسته در سال ۲۰۰۵ میلادی با درآمدی بالغ بر ۱۲۵ میلیارد دلار به عنوان بزرگ‌ترین صادر کننده صنایع خلاق در جهان شناخته شود.

بر اساس آمارهای آنکتاد میزان اقتصاد خلاق در سطح جهان با سرعت بالایی رو به افزایش است که این امر نشان از اهمیت این مسئله دارد. همچنین تحقیقات نشان می‌دهد که کشورهای در حال توسعه تاکنون نتوانسته‌اند در زمینه صنایع خلاق فعالیت قابل توجهی داشته باشند. البته این واقعیت دلایل زیادی دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به مسائل سیاسی بین کشورها، بحران‌های اقتصادی، فقدان زیرساخت‌های فرهنگی و... اشاره کرد. با همه این مسائل به نظر می‌رسد توجه دولت‌ها حداقل در دراز مدت برای رسیدن به شکوفایی اقتصاد خلاق و فراهم کردن بسترهای مقتضی امری ضروری است.

نقش شتاب‌دهنده بر صنایع خلاق

اگر جزو دنبال کنندگان فضای کسب‌وکار به ویژه کسب‌وکارهای مدرن باشید، حتماً کلمه «شتاب‌دهنده» را زیاد شنیده‌اید. این واژه که از عمر آن تنها حدود یک دهه می‌گذرد، در همین مدت کم توانسته تحولی را در فضای کسب‌وکار به وجود آورد. اهمیت شتاب‌دهنده‌ها به حدی است که بدون وجود آن‌ها تصور فضای کسب و کارهای مدرن امری غیرممکن خواهد بود. در کشور ما نیز شتاب‌دهنده‌ها در طول چند سال اخیر توانسته‌اند بستری را برای ایجاد کسب و کارهای مؤثر فراهم کرده و از این طریق نه تنها اقتصاد، بلکه فرهنگ جامعه را نیز دستخوش تغییر قرار دهند. به همین خاطر شتاب‌دهنده‌ها را می‌توان یکی از ارکان اصلی زیست‌بوم خلاق به حساب آورد؛ زیرا در صنایع خلاق اقتصاد و فرهنگ به عنوان دو رکن اصلی شناخته می‌شوند و کسب‌وکارهای نوین نیز پیرامون همین دو رکن شکل می‌گیرند.

لزوم یادگیری تحلیل فضای کسب و کار

صنایع خلاق برای رشد در بستر سرمایه‌گذاری باید به این نکته توجه کنند که امروزه سازمان‌ها برای اینکه در محیط به شدت رقابتی به حیات اقتصادی خود ادامه دهند به ابزارهای جدیدی جهت تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری نیاز دارند، از جمله این ابزارها، هوش یا بازاریابی هوشمند است که در سطح جهان و در بین شرکت‌ها به سرعت رو به رشد و گسترش بوده و در حال



## مساعدت نوآوری های اجتماعی به رشد فراگیر

نوآوری اجتماعی سهم بالقوه خود در رشد فراگیر را تنها تا جایی که بتواند تأثیر اجتماعی و اقتصادی خود را برای ذینفعان و همچنین جامعه به طور کلی آشکار کند، محقق خواهد کرد. در راستای شکوفایی نوآوری اجتماعی محیطی الهام بخش که پشتیبانی و امکان یادگیری متقابل را فراهم می کند ضروری است.

### جدودیت ترستریپ / ماریا کلوریک

اروپا با چالش های پیچیده و مرتبط اقتصادی اجتماعی بسیاری مانند بیکاری جوانان، مهاجرت، جمعیت پیر یا فقر مواجه است. افراد و گروه هایی از مشکلاتی که به سختی حل می شوند متأثر می شوند - که به آن ها مشکلات شروانه نیز گفته می شود - با محدودیت های قابل توجهی به ویژه در توانایی خود برای مشارکت کامل در زندگی اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی مواجه هستند. نوآوری های اجتماعی در حال ظهور در اروپا و در سراسر جهان راهی امیدوارکننده برای رسیدگی پایدار به مشکلات موجود است. با این حال، نوآوری اجتماعی سهم بالقوه خود را در رشد فراگیر تنها تا حدی مطلوب می داند که بتواند تأثیر اجتماعی و اقتصادی خود را برای جمعیت های آسیب پذیر و حاشیه نشین و همچنین برای جامعه به طور کلی آشکار کند. این مبحث به نحوی استدلال می شود که توانمندسازی این گروه ها در غلبه بر مشکل دلهره آور کمبود منابع از طریق ارتقای کیفیت زندگی مردم، توانمندسازی افراد برای مشارکت در جامعه، کمک می کند تا یکپارچگی، رفاه و انسجام اجتماعی را در بلندمدت تقویت کند. از این منظر، طرد شدن به عنوان نارسایی فردی تلقی نمی شود، بلکه به کاستی های نهادی، شکست بازار، اتاق فکر های بخش عمومی و چندپارگی

فزاینده جامعه مدنی نسبت داده می شود. به طور منطقی می توان نتیجه گرفت که تغییر نگاه از گروه های آسیب پذیر به عنوان باری بر دوش جامعه به گروهی که به پتانسیل فردی آن ها و سهم آن ها در جامعه ارزش می دهد، سنگ بنای بحث اجتماعی را تشکیل می دهد.

این مقاله به صورت زیر سازماندهی شده است: در ادامه معنای «بنای اقتصادی» معرفی شده و سپس مدل اجزای SIMPACT ارائه می شود. اهداف و اصول (COP) که برای تشریح مدل های کسب و کار پایدار استفاده شد (بخش ۴). بخش آخر نقش یک محیط مساعد برای نوآوری اجتماعی را مورد بحث قرار می دهد.

این مقاله اساساً بر یافته های پروژه SSH-FPV SIMPACT و با تمرکز بر بُعد اقتصادی نوآوری اجتماعی در تلاش برای درک بهتر تأثیر نوآوری های اجتماعی بر تحول اجتماعی و اقتصادی قرار دارد.

### مفهوم زیربنای اقتصادی

سیمپکت با تأکید بر زیربنای اقتصادی نوآوری اجتماعی، به نقش محوری نوآوری اجتماعی به عنوان اهرمی برای رفاه فردی، رفاه جمعی، عدالت اجتماعی و اثربخشی در مجموع تأثیر اجتماعی پایدار اشاره می کند. چنین جهت گیری به پر کردن شکاف بین چالش های اجتماعی در مقیاس بزرگ و فعالیت های نوآوری اجتماعی در مقیاس کوچک کمک می کند. نوآوری اجتماعی به عنوان ترکیبی جدید از ایده ها و شکل متمایز همکاری، طیف گسترده ای از اقدامات را پوشش می دهد که از سطوح حکمرانی (خرد، میانی، کلان)، مرزها و بخش های نهادی (عمومی، انتفاعی، غیرانتفاعی یا شرکت اجتماعی) فراتر می رود. در سطح خرد، بسیاری از ابتکارات کوچک و محلی تعبیه شده

به انواع نیازهای متمایز می پردازند که با توانمندسازی گروه های آسیب پذیر، به طور فعال فرآیندهای شمول را تسهیل می بخشند. در سطح میانی، در مورد تغییرات نهادی صدق می کند؛ یعنی، نوآوران اجتماعی به عنوان قانون شکنان شیوه های موجود، نهادهای رفاهی و بازار را به چالش می کشند (مانند دستورالعمل ها، قوانین، نگرش ها، شیوه های حکمرانی). در سطح کلان، نوآوری اجتماعی مستلزم تقسیم کار جدید بین حوزه سیاست، یعنی رژیم های رفاهی و نهادهای حاکم بر آن ها، جامعه مدنی و اقتصاد بازار محور است.

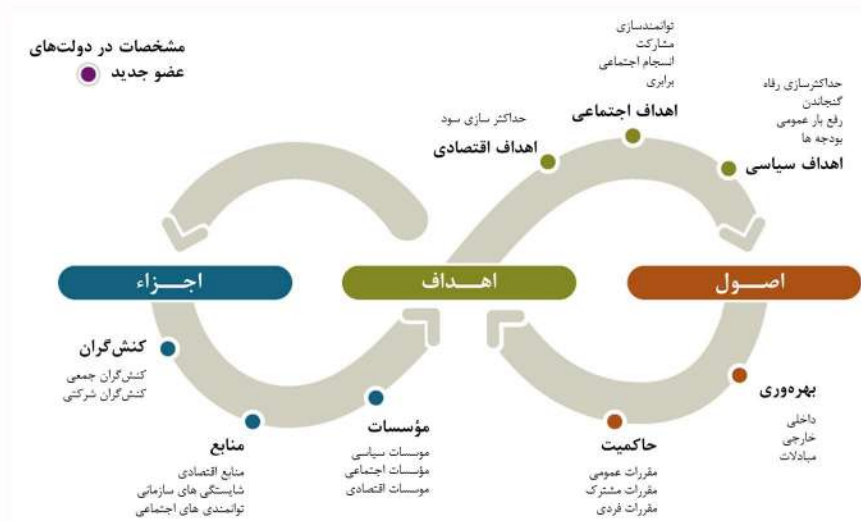
### نقش متقابل اجزاء، اهداف و اصول

نوآوری اجتماعی به عنوان فرآیندی تکاملی شامل توسعه، اجرا، کاربرد عملی و تثبیت ترکیب های جدید ایده ها و همکاری میان کنش گران مختلف است. از این رو، نوآوری های اجتماعی با فرآیند تکرار شونده آزمایش و یادگیری با پایان باز شامل رها شدن و شکست مشخص می شوند. به همین دلیل است که اساس اقتصادی نوآوری اجتماعی به شناسایی مناسب کنش گران، منابع و نهادهای نوآوری اجتماعی (یعنی اجزاء)، اهداف کنش گران و اصول زیربنایی (COP) وابسته است. مؤلفه ها شامل کنش گران و منابع به عنوان عوامل تولید و مؤسسات به عنوان عوامل زمینه ای معین می شوند. از منظر اقتصادی، کنش گران جامعه مدنی (رسمی و غیررسمی)، حوزه اقتصادی و سیاستی عناصر اصلی هستند. ماهیت و گستردگی منابع بسیج شده در طول چرخه نوآوری به طور اساسی بر راه حل تأثیر می گذارد.

معمولاً، نوآوران اجتماعی باید منابع اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و شخصی را با هم ترکیب راه حل خود را وارد زندگی کنند. دانش به

کنشگران جدید باشد، در حالی که تخصیص منابع برای دستیابی به اهداف تعریف شده ارتباط تنگاتنگی با شیوه های کارآمدی دارد. از این رو، به دست آوردن درک دقیق از اجزاء، اهداف و اصول و همچنین فرآیندها و زمینه های اساسی نوآوری های اجتماعی، امکان کشف اهرم ها و مکانیسم های بالقوه ای را فراهم می کند که تحولات اجتماعی و اقتصادی را تسریع می بخشد. مدل های کسب و کار بهبودیافته ای را که نمونه ای از آن در ادامه آمده است، سیاست های عمومی که از فرآیندهای نوآوری اجتماعی را تشریح و حمایت می کنند. مدل های کسب و کار نوآوری اجتماعی پایدار: تلفیق کردن منافع اجتماعی و اقتصادی تحقیقات ما نشان داده است که مدل های کسب و کار نوآوری اجتماعی با چشم انداز ایجاد، ارائه و کسب ارزش اجتماعی و اقتصادی شکل می گیرد. آن ها به عنوان مدل های چند کنشگر ساختار یافته اند که گزاره های ارزشی چندگانه (مثلاً ترکیب اهداف اقتصادی و اجتماعی) را برای گروه های هدف مختلف ایجاد می کنند و به طور قابل توجهی به شبکه های گسترده حامیان وابسته هستند.

به دلیل کمبود منابع، بیشتر نوآوری های اجتماعی تحت رویکرد بریکولاز انجام می شود که اغلب منجر به راه حل های مقرون به صرفه می شود. اگرچه بیشتر ابتکارات نوآوری اجتماعی اساساً یک مأموریت اجتماعی را دنبال می کنند، به طور قابل توجهی بر جریان های درآمد اضافی برای تداوم فعالیت های خود متکی هستند. از این رو، ترکیبی، یعنی ایجاد پیشنهادی تجاری از یک مأموریت اجتماعی، به عنوان ویژگی مشترک مدل های کسب و کار نوآوری اجتماعی پدیدار می گردد. برای مثال، نوآوران اجتماعی ممکن است با ذینفعانی که توانایی هایشان توسط شرکت های سنتی به عنوان متضاد تلقی می شود، کار کنند (مانند بیکاران طولانی مدت، مجرمان سابق) یا ممکن است فاقد کانال های توزیع باشند. نتیجه این است که مدل های کسب و کار نوآوری اجتماعی بر اساس مأموریت اجتماعی و یافتن مکمل بین معاملات اقتصادی و اجتماعی ساخته شده اند. علاوه بر این، مدل های کسب و کار نوآوری اجتماعی اغلب حول یک واگرایی در تخصیص هزینه ها و مزایا ساخته می شوند که منجر به



تخصیص کارآمد منابع مطابق با اهداف کنشگران برای دستیابی به اهداف کنشگران نوآوری اجتماعی حائز اهمیت است. شیوه های حکمرانی مکانیسم های تصمیم گیری، رهبری و مالکیت را توصیف می کنند و از مقررات عمومی گرفته تا تنظیم مشترک و خود تنظیمی را شامل می شود. حالت های متمایز کارایی را می توان به بهترین وجه به عنوان معضل توصیف کرد. به عنوان مثال می توان به تناقضات و مبادلات بین اهداف اقتصادی و اجتماعی، موفقیت کوتاه مدت و تأثیر بلند مدت، رقابت و همکاری اشاره کرد. در فرآیند نوآوری اجتماعی، عناصر مشخص شده به یکدیگر وابسته هستند. این مدل پیش بینی می کند که تعامل بین عوامل درون یک عنصر و پویایی بین مؤلفه ها، اهداف و اصول، تأثیر اقتصادی و اجتماعی نوآوری های اجتماعی را هدایت می کند. به عنوان مثال، با توجه به عوامل درگیر در فرآیند نوآوری، انتظار می رود منابع موجود مانند دانش، سرمایه انسانی و رابطه ای و امور مالی متفاوت باشد و در نتیجه بر دامنه عمل تأثیر بگذارد. به همین ترتیب، نهادهای خاصی که کنشگران در آن ها قرار دارند ممکن است به نوآوری اجتماعی دامن زند یا مانع شوند، در حالی که به نوبه خود - در طول زمان - نوآوری های کنشگران به طور ایده آل منجر به تغییر نهادی می شود. اهداف کنشگران نوآوری اجتماعی از یک سو توسط انگیزه های کنشگر و از سوی دیگر منابع موجود شکل می گیرد. تغییر اهداف یا انتشار راه حل ممکن است مستلزم مشارکت

عنوان منبع اقتصادی ضروری برای استفاده نوآوران اجتماعی از فرصت ها ارزیابی می شود. منابع اجتماعی با منابع اقتصادی تعامل دارند. به نوبه خود، آن ها به سرمایه گذاری در دارایی های رابطه ای، روال به اشتراک گذاری دانش، منابع و قابلیت های مکمل دلالت دارند. علاوه بر این، منابع سیاسی مانند حقوق بشر بر استفاده از منابع اقتصادی تأثیر می گذارد یا مکمل آن است. در نهایت، نهادهای سیاسی، رفاهی، اجتماعی و اقتصادی را می توان برای توانمندسازی کنشگران اجتماعی و اقتصادی و همچنین تقویت نوآوری اجتماعی طراحی کرد. اهداف شامل انگیزه ها و اهداف نوآوران اجتماعی است که از نظر اقتصادی یا اجتماعی یا ترکیبی از هر دو آن است. اهداف اقتصادی شامل حداکثر کردن سود، کاهش هزینه، حداکثر سازی رفاه، است، در حالی که اهداف اجتماعی شامل توانمندسازی، انسجام اجتماعی، همبستگی یا کیفیت زندگی است. مهم تر از همه، انگیزه نوآوران اجتماعی مبتنی بر تعهد و همکاری است.

نوآوری اجتماعی به ترکیبی جدید از ایده ها و اشکال متمایز همکاری اشاره دارد که از زمینه های نهادینه شده با اثر توانمندسازی فراتر می رود و درگیر کردن مجدد گروه های آسیب پذیر چه در فرآیند نوآوری و چه در نتیجه را به همراه دارد. اصول به مکانیسم های تصمیم گیری و تعامل بین کنشگران و زمینه اشاره دارد. با توجه به شالوده اقتصادی نوآوری اجتماعی، کارایی و شیوه های حکمرانی مهم ترین اصول مربوطه هستند. عمل در شرایط کمبود منابع،



## آشپزهای بدون خانه - بوم مدل کسب و کار



طرح ابتکاری Jako Doma در سال ۲۰۱۲ در کشور چک، با هدف استخدام آشپزها و زنان بی خانمان شروع به فعالیت کرد که وعده های غذایی سالم گیاهی را در مکان های مختلف برای گسترش مشارکت داوطلبانه ارائه نمود. این مجموعه از طریق ظرفیت سازی و تأمین سرنیاه، زنان را توانمند می سازد.

۱. فراهم آوردن محیطی باز و توانمند که به عنوان بستری برای طیف وسیعی از فعالیت های نوآوری اجتماعی متمایز عمل می کند و در معرض تغییر است.
  ۲. حضور حامیان و مروجین برای تسهیل فعالیت های نوآوری اجتماعی و کمک به تضمین تعادل بین اهداف اقتصادی و اجتماعی وجود دارد.
  ۳. ظرفیت های حاکمیت منطقه ای که از نوآوری اجتماعی در چارچوب گسترده تری از حل مشکلات و شکل دهی آینده پروژه های یکپارچه (مانند شهر هوشمند یا پایدار) استفاده می کند.
  ۴. گرہ ها و خطوط لوله محلی / منطقه ای فراتر از منطقه که امکان گردش سریع و ترکیبی از دانش را فراهم می کنند.
  ۵. اهمیت به کارگیری شیوه های نوآوری باز نه تنها برای افزایش جریان دانش، بلکه برای افزایش اثربخشی نوآوری های اجتماعی می باشد.
- شناسایی کرد: ساخت یک مدل کسب و کار با استفاده از مجموعه ای از ابزارهای طراحی خدمات به منظور حفظ توسعه هر یک از بلوک های سازنده آن مرتبط است. یک محیط مساعد برای نوآوری اجتماعی در کنار مدل کسب و کار، برای شکوفایی نوآوری اجتماعی، محیطی الهام بخش که پشتیبانی را فراهم می کند و یادگیری متقابل را امکان پذیر می کند، ضروری است. با در نظر گرفتن قرار دادن نوآوری های اجتماعی، این منطقه فضای امیدوارکننده ای برای طراحی چنین اکوسیستم نوآوری اجتماعی است. برای غلبه بر کاستی های استراتژیک و عملیاتی که در بخش قبل بیان شد، شبکه سازی و همکاری به عنوان یک الگوی مشترک در نوآوری اجتماعی ظاهر می شوند. اگرچه ترکیب مشخص چنین شبکه هایی تا حد زیادی متفاوت است، اما همه آن ها اعتماد، تعامل و سرمایه رابطه ای را به عنوان مبنای تعاملات ناشی از ترکیبی از برنامه ریزی احتمالی و استراتژیک به اشتراک می گذارند.
- ارزش های پیشنهادی متعدد و بخش های متمایز مشتری می شود. متمایز از مدل های کسب و کار سنتی، ارزش نه تنها با ارضای خواسته ها، بلکه از طریق فرآیند تحویل (مانند منابع استفاده شده، ارائه خدمات) ایجاد می شود. برای مثال، طرح نوآوری اجتماعی کشور چک با نام «Jako Doma» که در سال ۲۰۱۲ ارائه شد، نه تنها از طریق ارائه غذای گیاهی سالم در بازارهای کشاورزان برای مشارکت داوطلبانه کارکرد داشت، بلکه با استخدام زنان بی خانمان به عنوان آشپز، ارزش اجتماعی ایجاد نمود؛ به عبارت دیگر، ارزش اجتماعی چیزی است که به نوآوران اجتماعی امکان ایجاد پیشنهادی منحصر به فرد را ارائه می دهد که در نتیجه مزیت رقابتی شدن را در پی خواهد داشت؛ بنابراین یافتن مدل کسب و کار مناسب که بتواند ارزش اجتماعی را حفظ و افزایش دهد، برای موفقیت بلندمدت سازمان های نوآور اجتماعی بسیار مهم است. کوماتسو و همکاران چهار نوع مدل کسب و کار را

### نتیجه‌گیری

برای شکل‌دهی موفقیت‌آمیز فرآیندهای انتقال آتی از فعالیت‌های نوآوری اجتماعی سطح خرد به حل چالش‌های اجتماعی-اقتصادی سطح کلان، لازم است از پتانسیل اجتماعی و اقتصادی بسیاری از نوآوری‌های اجتماعی محلی پراکنده بهتر استفاده شود. همچنین، باید اذعان کرد که سهم نوآوری‌های اجتماعی در رشد فراگیر اساساً مبتنی بر مدل‌های نوآوری باز و مدل‌های کسب و کار پایدار است که با اشکال متمایزی از تعاملات مشخص می‌شود که به نوبه خود نیازمند تغییرات رفتاری در سطح جامعه مدنی، بخش‌های عمومی و خصوصی است.

### نویسنده:

مارال تقی زاده طبرسی، دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی دانشگاه علامه طباطبائی، عضو هیئت مدیره بنیاد توسعه علم و فناوری خوارزمی

مدل کسب و کار SI	شرح
<b>ذینفع به عنوان کنشگر</b> 	ارزش اجتماعی از طریق استفاده فعال ذینفعان در تولید یک پیشنهاد ارزش تجاری ایجاد می‌شود.
<b>ذینفع به عنوان مشتری</b> 	ارزش اجتماعی از طریق کالاها یا خدماتی ایجاد می‌شود که با یارانه‌های حامیان مالی به ذینفعان با نرخ‌های پایین‌تر از بازار فروخته می‌شوند.
<b>ذینفع به عنوان کاربر</b> 	ارزش اجتماعی از طریق کالاها یا خدماتی که از طریق حمایت حامیان مالی به ذینفعان ارائه می‌شود، ایجاد می‌شود.
<b>دارایی جامعه</b> 	ارزش اجتماعی از طریق استفاده فعال از تمام دارایی‌های جامعه برای ایجاد منافع متقابل که توسط خود کنشگران حمایت می‌شود، ایجاد می‌شود.



## تریبون اول این شماره اختصاص دارد به معرفی معرفی موسسه حمایت از کودکان بی پناه «کمک» با محصول " تیک مک کالا" و گفتگو با آقای منصور دهقان



مؤسسه غیردولتی حمایت از کودکان بی پناه کمک از سال ۱۳۹۳ در قالب یک سازمان مردم نهاد و با هدف حمایت همه جانبه از حقوق کودکان بی پناه تاسیس و فعالیت می نمایند. کودک بی پناه از نگاه «کمک» کودکی است که در اثر فقر، محرومیت، بیماری و عدم مراقبت و عدم صلاحیت فردی و اخلاقی پدر، مادر و یا سرپرست قانونی وی سلامت جسمانی، روحی و همچنین تربیت اخلاقی او آسیب دیده و یا در معرض تهدید قرار گرفته باشد. «کمک» در یک نگاه نمادی است از هم‌دردی، همراهی و همدلی آحاد جامعه ایرانی که با هر گونه گرایش عقیدتی، سیاسی، مذهبی، قومی و نژادی در زیر چتر احسان و نیکوکاری با شعار «کودک، محبت، کرامت» به مرحله ظهور رسیده است.



این مؤسسه در راستای حمایت از زنان و دختران سرپرست خانوار و دارای کودک بی پناه چه ایرانی و چه پناهنده کارگاههایی را در جهت تولیدات صنایع دستی با نام اختصاصی "تیک مک کالا" ایجاد نموده است بدین صورت که آن‌ها می‌توانند با حضور دائم در محل اسکان خود نسبت به تولید این محصول اقدام نمایند.

**هدف شما از ایجاد "تیک مک کالا" چه بوده است؟**

با توجه به شرایط اقتصادی که متأسفانه دامن‌گیر تمام اقشار جامعه شده است قطعاً شرایط زندگی خانوارهایی که دارای کودکان بی‌پناه می باشند نه تنها از این قاعده مستثنی نیستند، بلکه در شرایطی بسیار حاد نسبت به عدم تامین اقلام معیشتی خود قرار دارند، بنابراین یکی از مهم‌ترین فعالیت های ما در مؤسسه «کمک» این است که اقدامات مفید و ارزشمندی در جهت توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در راستای استقلال مالی و افزایش آگاهی آن‌ها انجام دهیم.

مورد استقبال عموم افراد جامعه قرار گرفته است و قابلیت صادرات به خارج از کشور را داراست. این محصول می‌تواند با سایز و ضخامت‌های متفاوت تولید و عرضه شود. دو نمونه از این محصولات با الیاف طبیعی پنبه و کنف بافته و تولید می‌شود و مابقی آن از الیاف مصنوعی است که شاید بتوان به بیش از سی نمونه از نخ‌های موجود در بازار ایران و خارج از کشور اشاره کرد. همچنین در تولید برخی از محصولات " تیک مک کالا "مانند کیف و سبدهای بزرگ از چرم طبیعی و مصنوعی به عنوان بند کیف و دسته سبد به همراه پراک

**چه پتانسیل‌ها و فرصت‌هایی در حوزه محصولات بافتنی دیدید که سراغ این کار اومدید؟**

یکی از مهم‌ترین دلایل این بوده است که این صنعت نیازی به تجهیزات، لوازم و کارگاه ندارد بنابراین مددجویان می‌توانستند با یک آموزش اولیه و یک قلاب ساده در منازل خود مشغول به کار شوند.

**لطفاً یک معرفی کلی از محصولی که تولید می‌کنید بفرمایید**

تیک مک کالا، کالایی است بافته شده در طرح ها، رنگ ها با کاربردهای متفاوت و متنوع که

سازگاری با شرایط موجود توانمند سازد.

### چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب‌وکار شما بوده و یا هست؟

عدم هماهنگی بین دستگاه‌های ذی‌ربط در ارائه مجوزهای سازمان‌های مردم‌نهاد با اداره مالیات، نبود فضای مناسب کارگاهی، نداشتن انبار جهت نگهداری مواد اولیه محصولات تیک مک، همچنین عدم بودجه برای بسته‌بندی‌های باکیفیت‌تر و خلاقانه‌تر و عدم حمایت سازمان‌ها و نهادهای مسئول و حمایتی در راستای ارائه وام‌های خود اشتغالی

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

اولین پیشنهاد ما این است که کار را با حداقل سرمایه و به‌صورت تدریجی توسعه دهند تا بتوانند در طول تولید معایب و مزایای محصولات را بسنجند و به قول معروف نبض بازار و سلیقه عموم جامعه را به دست بیاورند، همچنین از ظرفیت‌های فضای مجازی برای معرفی نمودن محصول خود استفاده کنند، نکته مهم و ویژه برای پیشبرد و موفقیت این است که نیروی کار را از دستمزد و حقوق راضی نگه‌دارند به دلیل اینکه تغییر نیروها به طور مداوم می‌تواند زمان مفید و کیفیت کار را کاهش دهد. همچنین از مواد اولیه با کیفیت استفاده نماید تا مشتری‌های ثابت و بازار تقاضا خود را افزایش دهند و به آینده محصول خود امیدوار باشند و با افزایش کیفیت محصولات در پی برند سازی آن برآیند.

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

همکاری فرمانداری‌ها، سازمان‌ها و نهادهای دولتی حتی مساجد در مناطق محروم می‌تواند یکی از اثرگذارترین حمایت‌های دولتی باشد که در فرآیند و پیشبرد اهداف سازمان‌های مردم‌نهاد در زمینه کارآفرینی، اشتغال‌زایی و توانمندسازی زنان سرپرست خانوار به مرحله ظهور برسد.

### سایت:

[www.komakchild.org](http://www.komakchild.org)

### اینستاگرام:

[komakchildren tikmakkala](https://www.instagram.com/komakchildren_tikmakkala)



۶۰ نفر از زنان سرپرست خانوار که در امر تولید و بافندگی مشغول به فعالیت می‌باشند ولی با تقاضای زیادی از بازار داشته‌ایم، به طوری که برای عرضه محصولات با کمبود نیرو مواجه هستیم.

### برای آینده "تیک مک کالا" چه برنامه‌ای دارید؟

۱. افزایش نیروی کار با توجه به استقبال جامعه از محصولات تیک مک کالا
۲. احداث واحدهای کارگاهی کوچک در جامعه محلی در مناطق محروم و نیازمند
۳. فروش اینترنتی بین‌المللی
۴. عرضه به بازار جهانی به‌صورت گسترده

### تعدادی از محصولاتتان را معرفی بفرمایید؟ چه موفقیت‌هایی یا تجربیات موفقی با این به دست آورده‌اید؟

در طول فرآیند اشتغال‌زایی زنان سرپرست خانوار نتایج بسیار خوبی دریافت کرده‌ایم، زیرا توانمندسازی زنان سرپرست خانوار به لحاظ اقتصادی می‌تواند آنان را در حوزه‌های مختلف روان‌شناختی همچون خود کارآمدی، خود ارزشمندی و عزت‌نفس، کنترل بر زندگی، قدرت تصمیم‌گیری، حل مشکلات و مسائل خود،

آلات با کیفیت استفاده می‌شود. شایان ذکر است که استفاده از مواد اولیه باکیفیت در تولید محصولات "تیک مک کالا" یکی از دلایل استقبال جامعه از تولیدات بوده باشد

### محصول شما چه تمایز یا نوآوری‌هایی با سایر نمونه‌های مشابه دارد؟

از نوآوری‌های این محصول می‌توان به قابل شستشو بودن با دست و ماشین لباس‌شویی و عدم استفاده از مفتول فلزی و غیرفلزی جهت نگهداری و ایستایی محصول، طراحی جدید و نو بودن آن با سایر محصولات در بازار اشاره کرد.



### مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟ چه بازخوردهایی تاکنون از آنان داشته‌اید؟ میزان استقبال از خدمت شما چگونه بوده است؟

مخاطبان محصولات تیک مک عموم جامعه مخصوصاً دختران و بانوان می‌باشند که با استقبال فراوان از این محصول به نوعی مقبولیت تولید آن را اعلام داشتند، ضمناً وجود ۱۶۰ نفر از زنان سرپرست خانوار که در امر تولید و بافندگی مشغول به فعالیت می‌باشند ولی با تقاضای زیادی از بازار داشته‌ایم، به طوری که برای عرضه محصولات با کمبود نیرو مواجه هستیم.

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

حدوداً ۱۶۰ نفر به‌صورت حرفه‌ای و تخصصی تمام وقت و پاره‌وقت در این پروژه مشغول به کار می‌باشند. و قابلیت به‌کارگیری ۵۰۰ زن سرپرست خانوار با توجه به استقبال جامعه از محصولات تیک مک خواهیم داشت، همچنین مؤسسه کمک سهم بسزایی در بحث آموزش و نیل به اشتغال‌زایی این گروه هدف داشته‌است.



## آشفتگی



نویسندگان: دانیل کانمن، الیور سیبونی و کاس آر.سانستاین  
 مترجم: موسی زمان زاده دربان  
 ناشر: نشر نوژین

تصور کنید از شما شکایت شده یا مرتکب جرمی شده‌اید خوش‌شانس خواهید بود رسیدگی شما در اوایل روز یا درست پس از استراحت ناهار انجام شود مطالعات نشان داده در این زمان‌ها قضاوت‌های انجام‌شده

بیشترین ملامت و ملامت در خود پنهان دارند البته در حالت کلی اینکه یک قاضی چقدر گرسنه یا خسته است نباید تأثیری بر حکم وی داشته باشد اما داده‌ها و بررسی‌ها انجام‌شده چیز دیگری را نشان می‌دهند.

این تنوع پراکندگی در انواع قضاوت‌ها، از صدور حکم دادگاه گرفته، کارشناس بیمه تا تشخیص پزشکی همان چیزی است که آن را آشفتگی می‌نامند. نویسندگان استدلال می‌کنند آشفتگی باید تشخیص داده شود زیرا در غیر این صورت نه تنها ناعادلانه است، بلکه وجود آشفتگی می‌تواند بسیار پرهزینه باشد. انسان‌ها در تفکر علی و معلولی بسیار بهتر از آماری عمل می‌کنند این بدان معناست که برای ما راحت تر است که به سوگیری بپردازیم تا این که بخواهیم تفکری مبتنی بر محاسبات دقیق داشته باشیم. کتابی که در دستان شماست به موضوع خطای انسانی در تصمیم‌گیری و قضاوت می‌پردازد و راهکارها و دستورالعمل‌هایی ساده برای کاهش چنین خطراتی ارائه می‌دهد تا تصمیمات بهتری در زندگی بگیرید. این تنوع پراکندگی در انواع قضاوت‌ها، از صدور حکم دادگاه گرفته، کارشناس بیمه تا تشخیص پزشکی، همان چیزی است که نویسندگان این کتاب آن را آشفتگی می‌نامند. باید اذعان کنیم همانند سوگیری، آشفتگی نیز یک خطا در قضاوت محسوب می‌شود.

نویسندگان استدلال می‌کنند، آشفتگی باید تشخیص داده شود و البته قابل تشخیص است. زیرا در غیر این صورت نه تنها ناعادلانه است، بلکه وجود آشفتگی می‌تواند بسیار پرهزینه باشد. در حالی که کسب‌وکارها و افراد معمولی به کاهش آشفتگی علاقه دارند، ما عمدتاً آن را نادیده می‌گیریم. دلایل مختلفی برای این موضوع وجود دارد، از جمله اینکه، همان‌طور که نویسندگان اشاره می‌کنند، انسان‌ها در تفکر علی و معلولی بسیار بهتر از آماری عمل می‌کنند.

موضوع دیگری در رابطه با کاهش آشفتگی در این کتاب به آن پرداخته شده بحث «خرد جمعی» است. این عبارت اشاره به این یافته دارد که اگر از افراد کافی سؤالی بپرسید، تقریباً همیشه پاسخ بهتری نسبت به اینکه فقط از یک نفر بپرسید، دریافت خواهید کرد. اما یک هشدار وجود دارد: نظرات باید مستقل از یکدیگر باشند تا از تفکر گروهی که نهایتاً ما را دچار سوگیری میکند جلوگیری شود.

خرید کتاب از وب سایت :

[www.chargoosh.com](http://www.chargoosh.com)

## از ما بهتران



(استثناها)

## از ما بهتران

داستان موفقیت

مالکوم گلدول  
 ترجمه حامد رحمانیان

نویسنده: مالکوم گلدول  
 مترجم: حامد رحمانیان  
 ناشر: نشر نوین

این کتاب شگفت‌انگیز، ما را در سفری ذهنی به دنیای از ما بهتران می‌برد؛ بهترین‌ها و درخشان‌ترین‌ها، مشهورترین‌ها و موفق‌ترین‌ها و می‌پرسد: چه چیزی باعث موفقیت این افراد می‌شود؟ او معتقد است ما بیش از حد به این‌که افراد موفق چگونه هستند توجه می‌کنیم و توجه بسیار اندکی به این نکته داریم که آنها از کجا آمده‌اند؛ از چه فرهنگی، از چه خانواده‌ای، از چه نسلی و با چه تجارب خاصی که در طول تربیت و رشدشان کسب کرده‌اند. در طول مسیر این سفر، او به توضیح رازهای میلیونرهای حوزه برنامه‌نویسی و تکنولوژی و کارآفرینان موفق، چیزهایی که برای یک ورزشکار حرفه‌ای شدن لازم است، این‌که چرا آسیایی‌ها در ریاضی قویتر هستند و چیزی که گروه‌های برتر موسیقی را متمایز می‌کند، می‌پردازد. «از ما بهتران» به صورتی روشن‌گرانه و سرگرم‌کننده، نقطه عطفی است که هم‌زمان شما را حیرت‌زده و آگاه می‌کند و تا مدت‌ها بعد (و شاید برای همیشه) ذهن‌تان را درگیر خود خواهد کرد. بخشی از کتاب: این کتاب درباره از ما بهتران است؛ درباره مردان و زنانی که کارهایی غیرمعمول انجام می‌دهند. در فصل‌های آتی، شما را با از ما بهتران، یکی پس از دیگری آشنا می‌کنم: نوابغ، غول‌های تجارت، ستاره‌های موسیقی راک و برنامه‌نویسان نرم‌افزار. به بررسی این نکته می‌پردازیم که چه چیزی بهترین‌ترین خلبانان را از دیگر خلبانانی که باعث سقوط هواپیما شده‌اند، جدا می‌کند و می‌کوشیم تا دریابیم چرا آسیایی‌ها در ریاضی بسیار خوب هستند. به‌علاوه در بررسی زندگی افراد برجسته در میان خودمان، متبحرها، بااستعدادها و سخت‌کوش‌ها، خواهیم گفت که روشی که ما موفقیت را معنا می‌کنیم، اشتباه است.

خرید کتاب از وب سایت:  
[www.nashrenovin.ir](http://www.nashrenovin.ir)



## استراتژی اقیانوس آبی

نویسنده: مایکل هایت  
 مترجم: لیلا حیدری  
 ناشر: آریانا قلم



مهم‌ترین کلمه در فرهنگ ما «بیشتر» است. ما با محصولات بیشتر، سرعت بیشتر، کار بیشتر، و استرس بیشتر بمباران شده‌ایم. همیشه در تلاشیم کارهای بیشتری را در لیست کارهای روزانه مان بگنجانیم، آن هم لیستی که از قبل پر شده است. برای همین به دنبال بهره‌وری بیشتر هستیم. اما چقدر می‌توانیم خودمان یا برنامه را کش بدهیم؟ مایکل هایت راه جایگزینی برای این مسیر که انتهای آن نابودی است ارائه می‌دهد. او در کتاب «ذهن متمرکز» این موضوع را به بحث می‌گذارد که ما هدف اشتباهی را نشانه گرفته‌ایم - ما نباید بیشتر کار کنیم بلکه باید کار درست را انجام دهیم.

گفتنش راحت است. مخصوصاً وقتی محل کارتان پر از حواس‌پرتی است که مانع از تمرکز شما می‌شود. اما هایت معتقد است اگر بتوانیم این حواس‌پرتی‌ها را کنترل کنیم، هم بهره‌وری ما بیشتر می‌شود هم محل کار را با آرامش و خیال راحت‌تری ترک می‌کنیم. در این کتاب می‌خوانید که چطور با خواب بیشتر بهره‌وری شما نیز بیشتر می‌شود. بیشتر مردم فکر می‌کنند برای بهره‌وری بیشتر باید قرار شام‌شان را با دوست‌شان لغو کنند یا ساعت‌های کمتری بخوابند. اما نه تنها این کار به سلامت روانی آن‌ها آسیب می‌رساند بلکه کاملاً بی‌فایده است. بیشتر مردم فکر می‌کنند زمان منعطف است و اگر ۲۰ درصد بیشتر کار کنند، بهره‌وری‌شان ۲۰ درصد بیشتر می‌شود. اما زمان ثابت است، و سطح انرژی ما تمام‌شدنی است. همانطور که خواندید بهره‌وری به این معنی نیست که بیشتر کار کنید، بلکه به این معنی است که کار درست را بیشتر انجام دهید.

خرید کتاب از وب سایت : [www.aryanaghalam.com](http://www.aryanaghalam.com)

## طرز فکر پیشاهنگی

نویسنده: جولیا گالف  
 مترجم: مانده نصیری شریفی  
 ناشر: انتشارات میلکان



جولیا گالف نویسنده کتاب طرز فکر پیشاهنگی می‌گه ما با دو نگاه می‌تونیم دنیا رو ببینیم و تجربه کنیم. یکی با طرز فکر پیشاهنگی و یکی هم طرز فکر سرباز. با طرز فکر سرباز ما تمام تلاشمون رو می‌کنیم تا از باورها و دانسته‌هامون دفاع کنیم. نگاهمون یک نگاه برنده و بازنده‌اس و فکر می‌کنیم اگر به اطلاعاتی برسیم که دانسته‌های قبلی‌مون رو تائید نکنن بازنده شدیم. اما طرز فکر پیشاهنگی، روشنگر، صریح، کنجکاو، گشوده و پذیرا بر خورد می‌کنه با اطلاعات جدید. مدام دنبال کشف اطلاعات تازه‌اس و هراسی از تغییر باوره‌اش نداره. اگر دنبال این هستیم که دنیا رو شفافتر و بهتر درک کنیم و بتونیم با این ادراک تصمیم‌های بهتری بگیریم باید مهارت طرز فکر پیشاهنگی رو در خودمون تقویت کنیم.

چرا کتاب طرز فکر پیشاهنگی را پیشنهاد می‌کنیم؟

خیلی وقت‌ها آدم‌هایی رو می‌بینیم در محیط کار یا در جامعه که خیلی شفاف و روشن فکر می‌کنن. چیزهایی رو می‌بینن که به چشم ما نمی‌آمده و با همین اطلاعات تصمیم‌های به مراتب بهتری می‌گیرن نسبت به ما. این مدل نگاه کردن به پدیده‌ها و اتفاق‌ها به مهارته. جولیا گالف اسمش رو می‌ذاره طرز فکر پیشاهنگی و توضیح می‌ده که چرا اینقدر این طرز فکر ارزشمند؟ چرا به طور طبیعی اینطور فکر نمی‌کنیم؟ و چطور می‌تونیم توی این طرز فکر بهتر بشیم؟

نویسنده کتاب طرز فکر پیشاهنگی کیست؟

جولیا گالف نویسنده، پادکستر و از بنیان‌گذاران موسسه‌ی عقلانیت کاربردی (Center for Applied Rationality). گالف کارگاه‌های آموزشی درباره‌ی عقلانیت برگزار می‌کنه.

دانلود پادکست : [www.bplustpodcast.com](http://www.bplustpodcast.com) خرید کتاب از وب سایت : [www.ketabrah.ir](http://www.ketabrah.ir)



# کاربردهای توکن‌های غیرمثلی در صنعت بازی

روز به روز کاربردهای جدیدی برای بلاک چین<sup>۱</sup> معرفی می‌شود و این کاربردها دیگر به حوزه ارزهای دیجیتال<sup>۲</sup>، محدود نخواهند بود. یکی از جدیدترین این کاربردها، توکن‌های غیرمثلی هستند. صنعت بازی خود نیز به تنهایی صنعتی جذاب است. ارزش بازار این صنعت در حال حاضر در حدود ۱۷۸ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود، اما طبق برآورد کارشناسان تا سال ۲۰۲۶، این رقم با نرخ رشد مرکب سالانه ۹٫۶۵ درصدی به ۳۱۴٫۴ میلیارد دلار افزایش پیدا می‌کند.



بازی‌های مبتنی بر توکن‌های غیرمثلی<sup>۳</sup> یکی از جدی‌ترین کاربردهای بلاک چین در صنعت بازی را نمودار می‌کنند. تنها در نیمه نخست سال ۲۰۲۰ میلادی، بازار توکن‌های غیرمثلی، ارزشی بالغ بر ۱۳٫۷ میلیون دلار داشت. تا پایان سه‌ماهه دوم سال بعد، ارزش ترکیبی این بازار به ۲٫۵ میلیارد دلار رسید که حاکی از افزایشی ۱٫۷۸۵ درصدی در ارزش بازار این فناوری جدید است.

## توکن غیرمثلی چیست؟

به‌طور خلاصه توکن‌های غیر مثلی نوعی از دارایی‌های دیجیتالی بر پایه بلاک چین هستند. برخلاف توکن‌های مثلی و یا ارزهای دیجیتال، توکن‌های غیرمثلی منحصر به فرد و متمایز از یکدیگر محسوب می‌شوند.

امروزه مفهوم توکن‌های غیرمثلی را با بلاک چین می‌شناسیم اما دارایی‌های غیرمثلی پیش از بسط مفهوم بلاک چین نیز در فضای دیجیتال وجود داشته‌اند. برای مثال نام دامنه سایت‌ها، آیتم‌های درون بازی‌ها، بلیط رویدادهای مهم و ... همگی نوعی دارایی دیجیتال غیرمثلی بوده‌اند. در سال ۲۰۱۸ اپیک گیمز<sup>۴</sup>، تنها از فروش لباس‌ها در بازی فورتنایت<sup>۵</sup>، درآمدی ۲٫۴ میلیارد دلاری کسب کرد.

## کاربرد توکن غیرمثلی در بازی‌ها

آیتم‌ها در دنیای خارج از بازی ارزشی نداشته و نمی‌توان آنان را به سایر بازیکنان فروخت. اما بازی‌های مبتنی بر توکن‌های غیرمثلی برای این مشکل راه‌حلی دارند. در این بازی‌ها با تکیه بر خاصیت تغییرناپذیری بلاک چین، طراحان بازی جوایزی را درون آن تعبیه می‌کنند که به طور قابل اثباتی منحصر به فرد و قابل انتقال اند. این توکن‌های غیرمثلی را می‌توان از طریق پلتفرم‌های معاملاتی مختلف داخل یا خارج بازی به بازیکنان دیگر فروخت.

**معرفی بازی‌های مبتنی بر توکن‌های غیرمثلی**  
در جدول زیر آخرین اطلاعات بازی‌های بلاک چینی موجود نمایش داده شده و بر اساس

در بسیاری از بازی‌ها به ویژه بازی‌های آنلاین، روال پیشرفت بازیکنان به این صورت است که آیتم‌های دیجیتالی در نظر گرفته شده را جمع آوری کنند. این آیتم‌ها در قبال فعالیت‌هایی از جمله تکمیل چالش‌های بازی، یا از طریق خرید مستقیم کاربران به دست می‌آیند. اشیاء درون بازی از قبیل سلاح‌ها، دارایی‌ها، پوشیدنی‌ها و ... بخشی از این آیتم‌ها محسوب می‌شوند. این آیتم‌ها به بازیکنان اجازه می‌دهد که شخصیت‌های درون بازی خود را با لباس‌ها و ابزارآلات جدید تجهیز کرده و آنان را بسته به سلیقه خود شخصی‌سازی نمایند. اما هیچ‌کدام از این

[۱]Blockchain

[۲]Cryptocurrencies

[۳]Non Fungible Tokens (NFT)

[۴]Epic Games

[۵]Fortnite

منابع

۱- شارما، راکش (۲۰۲۲). تعریف توکن غیرمثلی (NFT). [www.investopedia.com/non-fungible-token](http://www.investopedia.com/non-fungible-token) ۵۱۱۵۲۱۱-s-nft

۲- فینزر، دوین (۲۰۲۰). انجیل توکن غیرمثلی: هر چیزی که باید درباره NFT ها بدانید. [www.opensea.io/blog/guides/non-fungible/-tokens](http://www.opensea.io/blog/guides/non-fungible/-tokens)

وبسایت کوین مارکت کپ






[www.coinmarketcap.com/view/gaming](http://www.coinmarketcap.com/view/gaming)

وب سایت رسمی بازی اکسی اینفینیتی

[www.axieinfinity.com](http://www.axieinfinity.com)

برای خرید توکن‌های غیرمثلی در بازار بازی نیز از این توکن استفاده می‌شود. کاربران برای شروع این بازی لازم است حداقل سه اکسی خریداری کنند. بدین ترتیب هزینه اولیه شروع بازی نسبتاً بالا محسوب می‌شود، با این حال این بازی در کشورهای در حال توسعه با استقبال زیادی روبرو شده است. افراد زیادی در این کشورها نه با هدف سرگرمی بلکه به عنوان کسب درآمد این بازی را انجام می‌دهند

حجم بازار<sup>۶</sup> آنان، مرتب شده‌اند. اطلاعات دیگری چون قیمت توکن<sup>۷</sup> بومی این بازی‌ها، تغییرات و همچنین حجم در گردش<sup>۸</sup> آن‌ها نیز قابل مشاهده است. نکته حائز اهمیت آن است که هر چند حجم زیادی از ارزش توکن این بازی‌ها هم‌زمان با افت کلی قیمت سایر ارزهای دیجیتال کاهش یافته است، اما همچنان حجم بازاری بسیار بیشتر از بازی‌های مشابه غیربلاک چینی دارند.

Name	Price	1h %	24h %	7d %	Market Cap
 ApeCoin APE	\$4.78	+0.26%	+9.88%	+7.45%	\$1,469,252,479
 Decentraland MANA	\$0.775	-0.06%	-8.39%	-9.00%	\$1,436,616,824
 The Sandbox SAND	\$0.9609	+0.07%	+8.54%	+9.53%	\$1,416,142,680
 Axie Infinity AXS	\$13.63	-0.48%	+7.42%	+5.78%	\$1,127,381,582
 Enjin Coin ENJ	\$0.5134	+0.12%	+9.98%	+10.03%	\$459,988,956

تا توکن به دست آورده و با فروش توکن‌های خود کسب درآمد کنند.

پس از آشنایی با ماهیت و انواع بازی‌های مبتنی بر توکن‌های غیرمثلی، در این بخش به معرفی مختصر یک مورد از معروفترین بازی‌های مبتنی بر NFT پرداخته می‌شود.

بازی اکسی اینفینیتی

یکی از مهمترین و معروفترین بازی‌های مبتنی بر توکن‌های غیرمثلی اکسی اینفینیتی است که در سال ۲۰۲۱ میلادی مبتنی بر بلاک چین اتریوم<sup>۹</sup> و به وسیله تیم اسکای مویس<sup>۱۰</sup> توسعه داده شده است. اکسی اینفینیتی از دو بازی پوکیمون<sup>۱۱</sup> و کریپتو کیتیز<sup>۱۲</sup> الهام گرفته است که در آن کاربران قادر خواهند بود هیولاهای جذابی به نام اکسی<sup>۱۳</sup> را تولید کرده، پرورش داده و یا بخرند و به وسیله آن‌ها جهان لوناسیا<sup>۱۴</sup> را کشف کنند. در این بازی دو توکن به نام‌های «AXS» و «SLP» وجود دارد که توکن اولی در صورت برنده شدن کاربران در چالش‌های بین اکسی‌ها، به دست آمده و توکن دوم نیز توکن حاکمیتی بازی است و دارندگان آن در تعیین سیاست‌های بازی نقش دارند.



نویسنده:  
پوریا مالکی فرد

[۶]Market Cap  
[۷]Token Price  
[۸]circulating supply  
[۹]Ethereum  
[۱۰]Sky Mavis

[۱۱]Pokémon  
[۱۲]Crypto Kitties  
[۱۳]Axies  
[۱۴]World of Lunacia



## تریبون دوم این شماره اختصاص دارد به معرفی شرکت حمایت گسترش حرفه ای های رسانه فیروزه با " استودیو آنلاین پازن-دفتر کار آنلاین پروژه های حوزه انیمیشن " و گفتگو با خانم مهدیه سادات احمدی



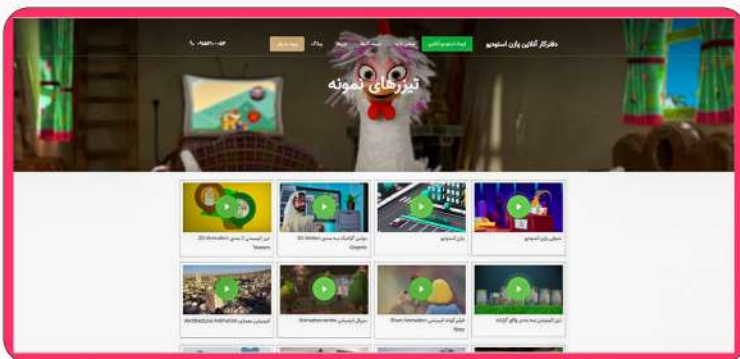
گسترش حرفه‌ای‌های رسانه فیروزه یک شرکت فعال در زمینه تولید انیمیشن و فیلم است. این شرکت با هدف گسترش نیروهای هنرمند و متخصص در حوزه فیلم و انیمیشن به واسطه شناسایی، آموزش و تولید و همچنین گسترش صادرات محصولات تصویری فعالیت خود را از سال ۱۳۹۷ با مجوز رسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آغاز نموده است و تا کنون در حوزه های مختلف علی‌الخصوص تولید انیمیشن با کیفیت استاندارد جهانی موفقیت‌هایی کسب نموده است و اخیراً نیز موفق به اخذ مجوز صنایع خلاق به واسطه پلتفرم "پازن" گردیده و در حال حاضر یک شرکت دانش‌بنیان و فناور عضو پارک علم و فناوری خراسان رضوی می‌باشد که البته در راستای توسعه پلتفرم در شهر تهران نیز فعالیت خود را آغاز نموده است... راه اندازی استارت آپ پازن از جمله مهم‌ترین برنامه‌های این شرکت می‌باشد که با هدف تولید آنلاین انیمیشن، فیلم و محصولات بصری در دست اجرا می‌باشد. در خصوص نام‌گذاری این پلتفرم لازم به ذکر است که "پازن" به معنی بز کوهی و به روایت تاریخ نخستین شخصیت انیمیشن می‌باشد که روی کاسه شهر سوخته کشف شده.

### هدف شما از ورود به حوزه ی انیمیشن چه بوده است؟

ما قصد داریم بزرگ‌ترین تولید کننده محصولات انیمیشن و سمعی بصری به صورت آنلاین باشیم.

### چه پتانسیل‌ها و فرصت‌هایی در حوزه صنایع دیداری و شنیداری دیدید که سراغ این کار اومدید؟

وقتی برای عامه مردم از انیمیشن حرف می‌زنیم، آن‌ها فکر می‌کنند این هنر تنها به نقاشی متحرک ختم می‌شود، اما بد نیست بگویم این نقاشی بیش از ۱۸ شاخه تخصصی حیرت‌آور دارد که در دانشگاه‌های برجسته دنیا و در ایران تدریس می‌شود. تمام توانایی‌های تولید انیمیشن انبوه و انیمیشن‌های برگزیده هنری، برای شرکت در عالی ترین فستیوال‌های هنری در ایران وجود دارد. ما باید انیمیشن را جدی بگیریم. این هنر تخصصی و از علوم نوین است. با ابراز تأسف حجم بالایی از فارغ‌التحصیلان حوزه انیمیشن و نبود شغل برای آن‌ها از معضلات غیر قابل قبول در کشور محسوب می‌گردد. گسترش تجارت بین‌المللی کالاهای فرهنگی فرصت مناسبی برای حضور آثار سینمایی در بازارهای جهانی و کسب منافع



کشورمان تلاش‌هایی برای ایجاد فضای جذب پروژه و نیرو توسط پلتفرم‌هایی که بیشتر در حوزه برنامه‌نویسی و طراحی نرم افزار فعالیت می‌کنند صورت پذیرفته است.

### لطفاً یک معرفی از پلتفرم پازن بفرمایید.

"استودیو آنلاین پازن" پلتفرمی دوسویه برای کارفرمایان و فریلنسرها می‌باشد، که از یک سو امکان دسترسی به انواع پروژه‌ها را برای نیروهای متخصص فعال در حوزه انیمیشن که جویای درآمد و شغل هستند فراهم می‌آورد، از سوی دیگر امکان دسترسی تهیه‌کنندگان و متقاضیان تولید را در عرصه فیلم و انیمیشن به نیروهای متخصص و توانمند و حرفه‌ای فراهم می‌آورد؛ که بخش و خدمات اصلی آن شامل فضای مدیریت و رصد پروژه و استودیو آنلاین و مجازی تولید

اقتصادی و قدرت فرهنگی فراهم نموده است؛ اما اغلب کشورها، از جمله ایران، تاکنون نتوانسته‌اند حضوری فعال و مؤثر در بازارهای جهانی داشته باشند. به‌منظور بهره‌مندی از این فرصت لازم است توان صنعت سینما و نقاط قوت و ضعف آن مورد بررسی قرار گیرد تا با تقویت نقاط قوت و رفع نقاط ضعف آن در چهارچوب یک الگوی جامع، برای فعالیت در بازار جهانی آماده تر گردد. اطلاق عنوان فریلنسر چند سالی است که در جامعه هنرمندان و متخصصین بسیار مرسوم گردیده و با توجه به شرایط ایجاد شده به دلیل شیوع کرونا نیاز به این شکل از فعالیت بسیار بیشتر دیده می‌شود. این در حالی است که پتنت‌هایی در جهان اقدام به جذب نیرو به صورت دورکاری و فریلنسی می‌کنند و در سال‌های اخیر نیز در

### برای آینده شرکت و خدمات خود چه برنامه ای دارید؟

تأمین محل و تجهیزات مجهزترین دیتاستر و استودیو پشتیبان ایران و همچنین ورود به بازار بین‌المللی با ارائه نسخه چند زبانه پلتفرم از اهداف آینده ما برای پازن می‌باشد. همچنین در حوزه تولید نیز با برنامه ریزی برای حضور در بازار و جشنواره‌های بین‌المللی و ایجاد تعاملات برون مرزی گام‌های مؤثری صورت گرفته است.

### تعدادی از محصولات و خدمات را معرفی کنید.

مهم‌ترین محصول ما همان پلتفرم پازن است که خود شامل چند محصول ارائه خدمات فناورانه می‌باشد که عبارت‌اند از: Pazanblog بخش وبلاگ، Pazanstudio بخش استودیو آنلاین، Pazanbase بخش مدیریت فایل، Pazangrid جدول مدیریت پروژه، Pazanschema بخش مدیریت عوامل و سلسله‌مراتب، Pazangantt گانت چارت پروژه، Pazanflow بخش مدیریت تسک، Pazanline بخش ویدیو (ادیتور آنلاین ویدیو) محصولات تولید، Pazanengine بخش پذیرش پروژه (فریلنس انجین). سایر محصولات شرکت عمدتاً محصولات بصری در قالب فیلم و انیمیشن و خدمات مرتبط می‌باشد.

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

از محصولات موفق موفقی که در بستر این پلتفرم تولید شده انیمیشن "من آلیس نیستم ولی اینجا سرزمین عجایبه" می‌باشد که تا کنون

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

مخاطبان ما عمدتاً فیلم‌سازان، انیماتورها و هنرمندان فریلنسر، تهیه‌کنندگان و شرکت‌های فیلم‌سازی، افراد عادی و علاقه‌مندان به تولید انیمیشن و فیلم، برندهای تجاری داخلی و خارجی فعالان شبکه‌های اجتماعی، تلویزیون‌ها، VOD ها می‌باشند. هنرمندانی که در مراحل آزمایشی از این خدمت استفاده نموده‌اند بسیار از کار در آن لذت برده‌اند و عقیده دارند استودیو آنلاین پازن در واقع محصولی فراتر از زمان خود است، البته طی ماه‌های اخیر این پلتفرم بهینه شده و در دسترس عموم مخاطبان خود قرار گرفته.

"استودیو آنلاین پازن پلتفرمی دوسویه برای کارفرمایان و فریلنسرها می‌باشد، که از یک سو امکان دسترسی به انواع پروژه‌ها را برای نیروهای متخصص فعال در حوزه انیمیشن که جویای درآمد و شغل هستند فراهم می‌آورد، از سوی دیگر امکان دسترسی تهیه‌کنندگان و متقاضیان تولید را در عرصه فیلم و انیمیشن به نیروهای متخصص و توانمند و حرفه‌ای فراهم می‌آورد."

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

در حال حاضر حدود ۱۰۰ نفر در این پلتفرم ثبت نام نموده‌اند که می‌توانند به اطلاعات پروژه‌های مختلف که توسط سفارش‌دهندگان در این پلتفرم قرار می‌گیرد اطلاع پیدا کنند و یا پروژه‌های خود را در آن به ثبت رسانند. البته هدف ما برای سال ۱۴۰۱ افزایش سه برابری این تعداد می‌باشد.

انیمیشن و همچنین بانک اطلاعاتی پیمانکاران و مرجع پروژه‌های در دست تولید می‌باشد و خدمات جانبی آن شامل تولید انیمیشن کوتاه دو بعدی و سه بعدی- تولید تله فیلم انیمیشن دو بعدی و سه بعدی- تولید سریال انیمیشن دو بعدی و سه بعدی- تولید انواع تیزر انیمیشن دو بعدی و سه بعدی- ارائه خدمات طراحی کاراکتر- ارائه خدمات طراحی لوکیشن- ارائه خدمات طراحی استوری بورد- ارائه خدمات طراحی یک گراند جهت انواع انیمیشن دو بعدی و سه بعدی- مدل‌سازی جهت انواع پروژه‌های انیمیشن و فیلم اعم از مدل کاراکتر، لوکیشن، اشیا، محیط‌های طبیعی و دیگر حوزه‌های تخصصی مرتبط می‌باشد.



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

امکان مدیریت فرایند تولید توسط مدیران به صورت آنلاین، امکان رصد آنلاین و بصری پروژه توسط سفارش‌دهندگان، امکان بهره‌مندی از سخت‌افزار مورد نیاز عوامل تولید با توان مورد نیاز ایشان، تضمین حقوق طرفین یک پروژه اعم از سفارش‌دهنده و پیمانکار و مجری، به واسطه پازن فراهم می‌گردد، همچنین با راه‌اندازی بخش بازاریابی سراسری و بین‌المللی که شامل ایجاد ارتباط با استودیوها و شبکه‌ها و شرکت‌های تولید فیلم و انیمیشن از طریق فضای مجازی می‌باشد می‌توان با شناسایی سلیقه و نیازهای مشتریان در سراسر کشور و جهان زمینه گسترش تولید و صادرات محصولات انیمیشن را فراهم آورد.





موفق به حضور در بیش از ۷۰ جشنواره مختلف بین‌المللی و همچنین کسب جوایز متعددی چون کسب جایزه بهترین انیمیشن کوتاه از جشنواره کوپین پالم کالیفرنیا، بهترین کارگردان زن و بهترین فیلم‌نامه انیمیشن از جشنواره پنج قاره ونزوئلا، بهترین انیمیشن کوتاه جشنواره عشق آمریکا، نامزد بهترین انیمیشن در جشنواره دین امروز ایتالیا، حضور در جشنواره بین‌المللی ازمیر ترکیه (جشنواره منتخب و مورد تأیید اسکار)، جایزه بهترین فیلم کوتاه انیمیشن جشنواره فیلم وحشت سیاتل، جایزه بهترین انیمیشن کوتاه از جشنواره بین‌المللی کهنه سربازان استرالیا گردیده است.

### پیشنهاد شما برای کسانی که قصد ورود به

#### این حوزه کسب‌وکار را دارند چیست؟

پیش از هر چیز باید در نظر داشته باشند که حضور در عرصه فرهنگ و هنر نیازمند دغدغه‌مندی و انگیزه است و برای این امر بایستی مسائل و مشکلات موجود را در این زمینه درک کرده باشند. در حوزه کارآفرینی نیز مسئله پیچیده‌تر می‌شود و در واقع باید از خودگذشتگی به خرج داد تا تبدیل به کارآفرین شوند و صرف تلاش برای دستیابی به سود شخصی کافی نیست و در واقع زمانی به سود می‌رسند که مشکلی را برای جامعه مخاطبان خود به درستی حل نمایند.

### انتظارات شما در خصوص حمایت‌های

#### دولتی مانند برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت

#### های خلاق چیست؟

صرف اعطای عنوان صنایع خلاق برای یک شرکت نمی‌تواند مشکلاتی که کارآفرینان با آن مواجه‌اند برطرف کند، کمک به توسعه کسب و کار با حمایت در قالب سرمایه‌گذاری‌های مؤثر، حمایت قانونی در راستای جلوگیری از نفوذ و سو استفاده رانت و تأمین فضای فیزیکی و تبلیغاتی در ازای اخذ بخشی از سهام شرکت و ایجاد رویدادهای معرفی به سرمایه‌گذار می‌تواند کمک شایانی به شرکت‌های فعال در حوزه کارآفرینی نماید.

### چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب‌وکار شما

#### بوده و یا هست؟

قوانین مبهم مالیاتی، علی‌الخصوص در مورد پلتفرم‌هایی که گردش مالی بالایی دارند و نسبت به گردش مالی که در آن اتفاق می‌افتد درآمد آن ناچیز است و توجیه‌های مالیاتی خود یکی از دغدغه‌هایی است که حتی می‌تواند منجر به توقف فعالیت‌های پلتفرم‌های این چنینی گردد. عدم حمایت مالی و معنوی که متأسفانه به‌واسطه رانت‌خواری و عدم نظارت بر مراکز حمایتی و اجرایی صورت می‌گیرد، ضعف قانون‌گذاری‌ها در حوزه تولید محصولات بصری

سایت:

[www.pazanstudio.com](http://www.pazanstudio.com)

اینستاگرام:

[pazanstudio.platform](http://pazanstudio.platform)



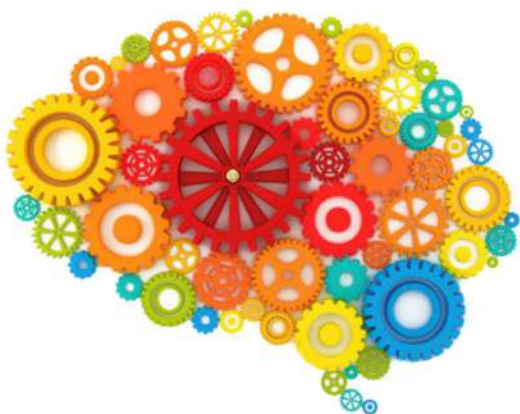
به منظور غنی سازی محتوا در رسانه های زیست بوم خلاق و استفاده از دانش و ظرفیت اساتید، محققین، دانشجویان، مدیران و کارشناسان شرکت های خلاق و دانش بنیان در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی دعوت میگردد تا در صورت تمایل مقالات، گزارش ها و اطلاعات مناسب برای عرضه در رسانه های مرتبط را در موضوعات زیر ارسال نمایند.

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

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

#### موضوعات مدنظر:

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



نشانی ایمیل برای ارسال آثار: [ircreative.articles@gmail.com](mailto:ircreative.articles@gmail.com)



## از پزشک



و در کمترین زمان، از طریق چت، تماس صوتی و یا تماس تصویری با پزشک و یا مشاوران مورد نظر در حوزه درمان و سلامت، به صورت آنلاین ارتباط برقرار کنید و مراحل درمانتان را سپری کنید. شما با نصب اپلیکیشن از پزشک بیمار و گذراندن مراحل تکمیلی برای ثبت نام، می‌توانید آزمایش‌ها، سی تی اسکن‌ها، جواب آزمایشات و یا هر نوع مدارکی که به صورت فایل و یا برگه در دست دارید را در پروفایل خود ذخیره کنید تا در صورت نیاز بتوانید از پزشک متخصص خود بررسی تمامی آزمایشات را بخواهید. همچنین با وارد کردن هر نوع بیماری زمینه‌ای هم می‌توانید پزشک را از وضعیتی که دارید مطلع سازید.

### ویژگی‌ها:

- جمع‌آوری پزشکان مطرح
- قیمت مناسب برنامه نسبت به دیگر برنامه‌های موجود در بازار
- تنوع بالای پزشکان در تخصص‌های متفاوت
- مشاوره آنلاین پزشکی
- مشاوره روانشناسی آنلاین
- تماس صوتی و تصویری با پزشک
- بارگذاری تمام مدارک پزشکی مربوط به گذشته
- در تلفن همراه خود یک پزشک داشته باشید تا بتوانید در صورت نیاز به او مراجعه کرده و از هدر دادن زمان خود در مطب‌های پزشکی و بیمارستان‌ها، خصوصا در این روزهای ترسناک کرونایی جلوگیری کنید.
- نرم افزار تلفن از پزشک بیمار بدون شک با بهره مندی از تازه‌ترین و پیشرفته‌ترین متدهای روز

دریافت از بازار

سایت: [www.azpezhshk.ir](http://www.azpezhshk.ir)



## تذکره

تذکره یک اپلیکیشن تقویم، اذان گو و یادآور مذهبی است که بنا دارد تا به شما در انجام امور ساده و مهم معنوی روزانه تان کمک کند. اموری مثل یادآوری برای قرائت روزانه ی قرآن، ختم چند صلوات و یا اذکار روز، پرداخت روزانه ی مبلغی صدقه، قرائت فاتحه ای برای آموزش روح عزیزان درگذشته، خواندن به موقع نمازهای روزانه، بجا آوردن نمازهای قضا و ... اطلاع زودهنگام و دسترسی به محتوای چندرسانه ای مناسب‌های پیش رو نیز از دیگر قابلیت های اپ تذکره است. علاوه بر این تذکره در بخش "مذهبی گردی" خود اماکن فرهنگی - مذهبی اطرافتان همچون هیئت ها، حسینیه ها، حرم ها و امام زاده ها را به شما نمایش میدهد که بزودی برنامه های آتی این مجموعه ها و اماکن دنبال کردن این برنامه ها نیز در دسترس کاربران اپلیکیشن خواهد بود.

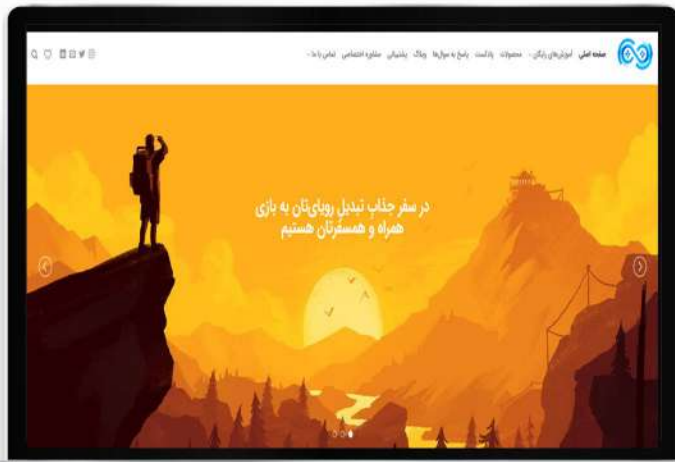


دریافت از بازار

سایت: [www.tazkereh.app](http://www.tazkereh.app)



## بازی سازباش



بازی ساز باش چند سالی است صورت حرفه‌ای وارد صنعت بازی‌سازی شده است و تجربه‌های گران‌بها و دانش با ارزشی بدست آورده است. آموزش‌های بازی‌سازی ترکیبی از آموزش‌های نظری، عملی و پروژه‌محور بوده و در دسته‌های اصلی زیر طبقه بندی شده‌اند که هر کدام زیر مجموعه‌های متنوع خود را دارند:

- آموزش‌های اصول مدیریت فردی جهت رفع عیوب رفتاری، سازگاری با روند تولید پروژه و داشتن تعامل خوب با هم تیمی‌ها
- اگر به بازی علاقه دارید و به تازگی می‌خواهید وارد این مسیر رویایی شوید و هنوز اقدامی انجام نداده‌اید اما می‌دانید که باید این مسیر را تجربه کنید.
- به بازی‌سازی علاقه دارید و در ابتدای راه هستید و کمی هم در این مسیر با آزمون و خطا پیش رفته‌اید.
- به بازی‌سازی علاقه دارید و تجربه خوبی هم در این زمینه دارید
- قصد دارید به عضویت تیمی درآیید، عضو یا مدیر تیمی هستید

- آموزش‌های بازی‌سازی ترکیبی از آموزش‌های نظری، عملی و پروژه‌محور بوده و در دسته‌های اصلی زیر طبقه بندی شده‌اند که هر کدام زیر مجموعه‌های متنوع خود را دارند:
- آموزش‌های فنی جهت ساخت بازی، بازاریابی و انتشار آن
- آموزش‌های مدیریت پروژه جهت به سرانجام رساندن پروژه‌ها

سایت: [bazisazbash.com](http://bazisazbash.com)



### تیم کاران

تیم کاران متشکل از متخصصان حوزه‌ی منابع انسانی، کارشناسان جذب و استخدام و تیم توانمند فنی و تحلیلی‌گرا داده است که پلت فرم کاران را با تکنولوژی‌های به روز توسعه داده و پشتیبانی می‌کنند. تمام مدیران کسب و کارها، سازمان‌ها و صنوف به‌عنوان کارفرما می‌توانند با صرف کمترین هزینه، به‌سادگی از سرویس‌های هوشمند ثبت آگهی استخدامی کاران استفاده کرده و رزومه‌ی مناسب‌ترین افراد را دریافت کنند. پلت فرم هوشمند کاران به همراه اپلیکیشن موبایل آن موفق شده ارتباط میان کارفرمایان و کارجویان را در کوتاه‌ترین زمان ممکن فراهم کند.

پلتفرم تخصصی کار و استخدام کاران از سال ۱۳۹۷ با هدف پاسخ‌گویی به نیازهای صنعت استخدام درکشورمان راه اندازی شده است. موتور جستجوی کاران فرصت جستجوی آسان تمام فرصت‌های استخدامی کار را برای کارجویان فراهم می‌کند. کاربران کاران می‌توانند با شرکت‌ها آشنا شوند و با رزومه‌ساز آنلاین، ساخت رزومه ویدیویی و مطالعه مقالات تخصصی در مورد مشاغل و دنیای کار، با بازار کار و استخدام ایران همگام باشند

سایت: [www.karan.ir](http://www.karan.ir)



## عناوین بزرگ برای عملکردهای نادرست در حوزه مد و پوشاک

مد و پوشاک، مسئله‌ای بسیار پیچیده ای است که از یک سو به ساختار اقتصادی کشور، پیوندی آشکار و محکم دارد و از سوی دیگر، در متن زندگی هر روز مردم و متصل به فرهنگ عامه در جریان است. سوبه‌های آشکار و جدی اقتصادی و فرهنگی آن باعث می‌شود که هم لازم داشته باشیم ساختار تولید پوشاک را در بازار تولید و کسب‌وکارهای خرد و کلان ردیابی و آسیب‌شناسی کنیم و هم نیاز باشد که به فرهنگ مصرف مردم توجه داشته باشیم و سلايق و بازارهای مختلف را بشناسیم و برای هر کدام به شکلی هدفمند برنامه داشته باشیم.



در همین راستا، شناسایی بازارهای مختلف و تأمین نیاز عامه در کنار آسیب‌شناسی و ارتقا آن، باید در کنار بازنگری در نقاط ضعف دستگاہ سیاست‌گذار و برنامه ریزی کشور در این حوزه نگریسته شود و بهترین مرجع این بازنگری در نقاط ضعف، فعالان عرصه طراحی و تولید پوشاک خصوصاً در حوزه بانوان هستند.

ایران به عنوان یک کشور اصیل در حوزه ابریشم و بافت و پارچه‌سازی از سال‌های بسیار دور در حوزه پوشاک و قبل از آن پارچه حرف برای گفتن داشته و همچنین در این صنعت و به علاوه در طراحی، جزو پیش‌گامان بوده است. هنوز هم به هر خطه کشور که می‌نگریم طرح و رنگ و مدلی خاص را گره‌خورده با مردم و فرهنگ آن خطه می‌بینیم که در مجموع، همه این طرح‌ها رنگ‌ها و پارچه‌ها، مرزهای نقشه را می‌سازند. اما امروز تا چه اندازه توانسته‌ایم نماینده همه این تنوع باشیم؟ به نظر می‌رسد لباس به عنوان یکی از نیازهای اولیه هر خانواده محتاج یک تغییر اساسی و بازنگری است.

در چند سال اخیر و با استقبال مردم دنیا از فضای اینستاگرام و استفاده از این بستر برای ایجاد کسب‌وکار، فضای نسبتاً خوبی برای راه اندازی استارت‌آپ‌های خوش‌ایده فراهم شد و همچنین کسب و کارهای سنتی به سمت به روز شدن قدم برداشتند. تا اینکه در سه سال اخیر،

تولیدی‌های با تجربه، متوجه شوند که در جهان جدید شبکه‌های مجازی، نمی‌شود مثل گذشته کار کرد و حالا رسانه و محتوای بصری بر آمار تولید، پیشی گرفته است.

در این میان اما فضای خوبی هم برای اساتید حوزه مشاوره کسب‌وکار ایجاد شده است چرا که سمینارهای مختلف کسب و کاری و مشاوره‌های متفاوت می‌توانند فضای کسب درآمد را برای دیگر مشاغل هم باز کنند. اما نکته قابل تأمل این است این حجم از مشاوره و سمینار و همایش قرار است چه اتفاقی را برای کسب و کارها رقم بزند و آن‌ها اساساً چقدر توانسته اند به رشد تبلیغاتی و بصری مدیران برند و مدیران فروش کمک کنند؟

به عقیده من به عنوان کسی که بیش از یک دهه را به فعالیت در این حوزه گذرانده، نکته

جنس فعالیت در اینستاگرام در میان کسب وکارهای پوشاکی تغییر کرده چرا که می‌شود حتی به تعداد کمتر از انگشتان دست، چند نمونه را در خانه دوخت و تصاویرشان را روانه صفحه اینستاگرامی کرد و به این دلیل، این بستر بیش از پیش مورد استقبال قرار گرفته است.

این فضای کاری اما نقاط قوت و محاسن منحصر به فردی را با خود به همراه آورده است از جمله این که پا به پای بالا رفتن تورم و فشار اقتصادی، زن و مرد یک خانواده می‌توانند در کنار هم درآمدی داشته باشند. بنابراین این بستر، از طرفی به رونق تولید داخل کمک می‌کند تا چرخه اقتصاد در حرکت باشد و هر کس بتواند به صورت مستقیم از کسب و کاری دیگر خرید کند.

از طرف دیگر هم این بالا رفتن آمار کسب‌وکارهای خرد و خانگی سبب می‌شود تا برندهای بزرگ و

صنعت که قابلیت جابجایی نرخ صادرات کشور را دارد، با برنامه و غربالگری و دورنگری عمل کند.

این کارگروه باید همچون یک پالایشگاه از ذخایر این نهاد فرهنگی و هنری مراقبت کند تا افراد در فضای سالم و بدون باندبازی، بستری سالم برای رشد خود داشته باشند و بتوانند با خلاقیت و دانش، سطح این حوزه را بالا ببرند تا یک بنیاد دانش‌بنیان شکل بگیرد. اما تاکنون با توجه به فقدان برنامه‌ریزی و خلاقیت، گروه‌های پوشاکی از رده «دانش بنیان شدن» محروم مانده‌اند.

با نگاهی به فعالیت چند ساله این کارگروه، متوجه می‌شویم که هیچ حرکت اثرگذاری برای بالا بردن سطح تولید پوشاک و حرکت به سمت تولید جهانی نداشته و هر مدیر با گروه منحصر به اطرافیان خودش شروع به فعالیت مختصری کرده و در پایان هم عقیم مانده و هیچ ثمری برای جوان‌هایی نداشته است که حالا دیگر در سراسیمی میانسالی قرار گرفته و زمانی را برای آموختن و کسب تجربه گذاشته‌اند.

ما مدیرانی می‌خواهیم که جدا از تخصیلات، خاک عرصه تولید و پوشاک را خورده باشند و با اشراف بر صادرات و واردات در این عرصه، جریان‌ها، نیازها و ظرفیت‌های این صنعت را بشناسند و قدرت هم‌افزایی با دیگر صنایع زیرمجموعه و مرتبط با این حوزه مثل نخ، پارچه، تولیدی، دانشگاهی و غیره را داشته باشند.

این حوزه نیازمند یک نگاه «از بالا به پایین» نیست بلکه نیاز به یک تحول بنیادی و اصولی دارد که در رویدادهای هیجانی اسماً بین‌المللی و تیتراهای دهان‌پرکن و مورد رضایت مدیران و بیلان کاری‌شان خلاصه نشود.

نیاز مبرم فضای پوشاک کشور چه در حوزه تولید و چه در حوزه مصرف، امروز یک برنامه‌ریزی برای ساخت پایه‌های پوشاکی کشور است؛ پایه‌هایی که هم سو با اهداف فرهنگی و دینی و هنری جامعه باشد و بتواند از سرمایه‌های این کشور (یعنی نیروهای خوش فکر و جوان) استفاده و مراقبت کند.

### نویسنده:

## مهسا فرزانه، طراح و تولید کننده پوشاک بانوان

حتی طراحی منحصر به خود، در بازار مقاومت می‌کنند. اما بعد از مدتی با توجه به لایک‌های پست و یا میزان و شکل دیده شدن پیج برندهای دیگر، محصول و چارچوب خود را از شکل «برنامه

ریزی شده» به شکل «هرچه پیش آید خوش آید» تبدیل می‌کنند.

### این مقوله از چند جهت به کسب و کار آسیب وارد می‌کند:

۱- در ابتدا مدیر یا مؤسس آن برند در ذهن خود دچار دوگانگی می‌شود. چرا که در ابتدا با برنامه و حتی تلاش چند



ساله تازه به نقطه صفر رسیده (که همان نقطه شروع و معرفی برندش است) و حالا دوباره بعد از چند ماه و با فروش کم، دلزده شده و به سمت همه‌گیری و همه‌پسندی رفته است. بنابراین مجبور می‌شود با هر تغییری، تغییر کند پس عملاً نخواهد توانست بر اصالت و پایه‌های خود ایستادگی کند.

۲- تغییر مخاطب هر محصول آسیب بعدی است. درست است که در هر فصل هر کسب و کار باید با ترفندهای جدید تبلیغاتی، گروه و دسته و تعدادی مخاطب جدید به خود اضافه کند اما این به معنای راه انداختن بازار روز نیست. مخاطب باید با برند هم مسیر و هم فکر باشد و یا در طول راه هم فکر شود و هنر یک مدیر فروش، این است که چطور مخاطب و مشتری را در مسیر توسعه کسب و کار با خود هم فکر و نظر کند.

اما متأسفانه با هُل دادن برند به سمت «هرچی مخاطب بیشتر دوست داره همون رو تولید کن» اصالت و ثبات فکری از مشتری سلب و در انتخاب پوشش دچار دوگانگی می‌شود. این خرید بر اساس ابهام و دوگانگی، آسیبی جدی به نوع فکر، برنامه خرج ماهانه، نوع پوشش و طبیعت می‌زند.

۳- اولین نهاد بی‌برنامه در حوزه پوشاک، «کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» است که بعد از گذشت یازده سال و پس از برگزاری چند دوره جشنواره مد و لباس فجر، همچنان راهبردی مدون و اجرایی برای این حوزه ندارد؛ در حالی که کوچک‌ترین رسالت و وظیفه این نهاد آن است که در شروع هر کسب و کار پوشاکی مثل یک شتاب‌دهنده عمل و آن را از ابتدا همراهی کند. جایگاه و حضور طراح و مدیر تبلیغات را در هر کسب و کار الزامی نماید و برای توسعه این

اساسی که در کسب و کارها باید به آن توجه شود پایداری برند است که این مسئله، خود به جریان طبیعی انتخاب و مد پایدار هم کمک می‌کند. برای رسیدن به این هدف هم لازم است در

ابتدای نوشتن طرح کسب و کار، گروه مخاطبین هدف و رسالت برند و همچنین خط قرمزهای آن مشخص شود.

در مقابل اما متأسفانه رشد قارچ‌گونه پیج‌های اینستاگرامی در حوزه پوشاک و خصوصاً جریان به اصطلاح حجاب‌استایل‌ها سبب شده‌اند نوعی کج سلیقه‌ی در طراحی و پوشش ایجاد شود.

از زمانی که این حجاب‌استایل‌ها با شعار «با هرچه دوست داری در جامعه حاضر شو» شروع به فعالیت کرده‌اند نوعی خلأ در میان فضای سنتی و مدرن پوشاک ایجاد شده است که به شکلی بسیار ناقص، از پیج‌های خارجی الگو گرفته‌اند و هیچ مقاربتی با فرهنگ و اعتقاد کشور ندارند. اساساً حجاب‌استایل در ایران به معنای «نشان دهنده یک تیپ با حجاب» وجود ندارد چرا که در پیج‌های مختلف ما لباس‌هایی را می‌بینیم که نه تنها عمومیت ندارند بلکه چهره یک اجتماع را از فضای اصیل فرهنگی کشور دور می‌کنند.

تأسف‌بارتر آن که در همه‌مهمه این بازار، شاهد رشد کسب و کارهایی هستیم که متأسفانه صبوری هم نمی‌کنند و اجازه می‌دهند جهت سلیقه‌سازی در فضای مجازی و با لایک و کامنت جماعتی که همیشه حاضر هستند، تغییر کند و به کسب و کارها هم جهت بدهد.

اما نباید فراموش کنیم بروز شدن با همرنگ جماعت شدن فرق دارد. مثلاً برندهایی هستند که از ابتدا با اصول و برنامه‌ریزی وارد فضای کاری می‌شوند با طرح و برنامه شروع می‌کنند؛ مخاطب خود را می‌شناسند و بعد با توجه به داشته‌های قبلی شروع به معرفی و برندینگ می‌کنند و بعضاً تا چند ماه هم خاک صحنه می‌خورند و درآمد پایین را به جان می‌خرند و با همان گرافیک و نوع عکاسی و



# ساختار شکنی آینده صنعت مد با حرکت از فضای فیزیکی به دیجیتال

Physical to Digital: Future Disruption In the Fashion Industry

(قسمت اول)



بهره گیری از تصویرسازی سه بعدی و فناوری واقعیت مجازی در هنگام عرضه محصولات فیزیکی و نمونه ها به مصرف کنندگان، به ویژه در محیط های BYB، در حال تبدیل شدن به یک استاندارد است. پس باید پا را از دنیای فیزیکی فراتر نهاد و قدم به دنیای دیجیتال گذاشت، و به فناوری ها و مفاهیمی پرداخت که نسبت به آنچه امروزه آن ها را نوآورانه می پنداریم، جلوتر بوده و به احتمال زیاد در همین فردا رنگ واقعیتی انکارناپذیر به خود می گیرند. گفته می شود که صنعت مد در هنگام پذیرش نوآوری ها، به ویژه در بخش لوکس که شدیداً به قلم و کاغذ، سنت و میراث متکی است؛ کاملاً عقب مانده است. آنها نمی توانند درک کنند که استفاده از رایانه به جای مداد باعث کم شدن حس هنری این صنعت نمی شود؛ بلکه چشم انداز، هدف و سطح سازگاری یک شرکت را ارتقاء می دهد. حتماً دلایلی وجود دارد که انسان ها دیگر به یکدیگر نامه نمی نویسند، و در عوض از تماس های ویدئویی و ایمیل برای برقراری ارتباط استفاده می کنند.

هرکسی که در حال حاضر ۲۳ ساله یا جوان تر است؛ یک بومی واقعی عرصه دیجیتال محسوب می شود. بقیه ما فقط جزء مهاجران این عرصه هستیم و کاملاً به اندازه آنها در این زمینه درایت نداریم. بومی های دیجیتال در دنیای دیجیتال به دنیا می آیند و در جهانی که در محاصره فناوری ها قرار دارد بزرگ می شوند؛ آنها از همان دوران کودکی با این دنیا تعامل دارند و همین باعث می شود تا درک بهتری از چشم انداز دیجیتالی اطراف خود داشته

پس بیایید به فناوری ها و مفاهیمی بپردازیم که نسبت به آنچه امروزه به عنوان نوآوری پنداشته می شوند، یک گام فراتر هستند. در حقیقت قصد داریم به آنچه ممکن است فردا پیش رویمان قرار بگیرد، بپردازیم. علاوه بر این قصد داریم به موارد حاشیه ای و به روز رسانی هایی ورود کنیم که هدف از آنها ساده سازی روند خلق و طراحی لباس های سه بعدی است. قطعاً فناوری های در حال ظهور می توانند به تثبیت موقعیت شرکت ها در آینده کمک کرده و مزیتی رقابتی را برای آنها فراهم کنند. پس با هم نگاهی به این موارد می اندازیم: فروشگاه های مجازی که خودشان بازارپردازی می کنند، گروه های متمرکز واقعیت مجازی برای اندازه گیری مجموعه های سه بعدی و لباس هایی که

داشته باشند. این بدان معنی است که نسل های جوان و آینده، از برندهایی که از آنها خرید می کنند انتظارات بیشتری دارند. بیش از یک چهارم انسان ها در این گروه قرار می گیرند؛ از این رو سازگاری و پذیرش دیجیتال بیش از هر زمان دیگری مهم خواهد بود. خوشبختانه امروزه برندهای مد، بیشتر و بیشتر به آنچه در فضای دیجیتالی و نوآوری اتفاق می افتد، توجه نشان می دهند. با پیشرفت بیشتر نوآوری ها صحنه اشباع تر می گردد، و راهکارها فراوان تر و مختل کننده تر می شوند؛ در واقع همه آنها با هدف تغییر نحوه عملکرد برندها و مصرف کنندگان در چشم اندازهای مربوطه به مرحله طراحی وارد می گردند.



فقط در فضای مجازی قابلیت پوشیدن دارند. پس وقت آن است که از دنیای فیزیکی به دنیای دیجیتال قدم گذاشت.

### اولین تحول: فروش فراگیر

زمانیکه فناوری های جدید کشف و به کار گرفته می شوند؛ می خواهیم به شکلی محافظه کارانه پا در این عرصه بگذاریم. پس برندها در ابتدا نسخه های مجازی یکسانی از محیط فروشگاههای و مجموعه های لباس خود ایجاد می کنند. اما این فقط نوک کوه یخ است. موتورهای بازی و نرم افزارهای سه بعدی این امکان را فراهم می کنند تا محیط هایی را خلق کنید که از نیروی جاذبه سرپیچی می کنند و فراتر از عجیب ترین رویاهایتان می باشند. اما وقتی از دنیای فیزیکی به دنیای دیجیتال قدم می گذارید؛ همه چیز ممکن می شود.

پس چرا ما هنوز هم به ساخت کپی های دقیق سه بعدی از محیط های فروشگاههای بسنده می کنیم؟ چرا به دنبال خلق تجربیاتی برای مشتریان نیستیم که واقعاً آن‌ها را تحت تاثیر قرار دهد؟ برندهای زیادی در حال حاضر از نسخه سه بعدی مجازی محیط فروشگاه های خود در فرآیند عمده فروشی B2B استفاده می کنند و بدین وسیله سعی در کاهش ماکت های فروشگاههای و نمونه های فیزیکی خود دارند. به عنوان مثل برند نایک (Nike) به طور کلی فروشگاه های فیزیکی و ماکت های اختصاصی خود را در هنگام فروش به حساب های عمده فروشی B2B حذف کرده است. از این رو به جای قفسه های فیزیکی رایج که با لباس های واقعی پر شده اند؛ صفحه های تلویزیونی بزرگی را مشاهده می کنید که فروشگاه های برتر مجازی تعاملی را نشان می دهند و اقلام آن‌ها براساس نیازهای دقیق حساب های خاص فروخته می شوند.

با افزایش خریدهای اینترنتی، کم کم از اهمیت فروشگاه های فیزیکی سنتی کاسته می شود. امروزه بیشتر فروش ها به صورت دیجیتالی و در بستر فضای آنلاین صورت می گیرند. پس توصیه می شود دیگر صاحبان کسب و کار هم از دست فروشگاه های فیزیکی و روش سنتی فروش پوشاک خلاص شوند. آنها بهتر است اجازه دهند تا تخیل شان آزاد شود تا در این مسیر موفق شوند. چرا مجموعه عینک آفتابی خود را در ساحل برزیل یا در یک قایق تفریحی در دریای مدیترانه تصور نمی کنید؟ خانه مد Fabricant از آن جاهایی است که به خوبی می داند تصاویر سه بعدی را چگونه

بازیگر مطرح این عرصه ها صورت گرفته است؛ برند Louis Vuitton در خلال این همکاری، پوست های سفارشی و جام قهرمانی را برای مسابقات قهرمانی جهان ورزش های الکترونیکی League of Legends طراحی کرده است. در حال حاضر ارائه تجربه خرید مجازی به مشتریان براساس نیازهای آنها، یک الزام محسوب می شود. چرا که امروزه مصرف کنندگان به راحتی به اینترنت متصل می شوند و انتظار دارند به همان چیزی که از فروشگاه های فیزیکی برندها می خرند، در دنیای مجازی هم دسترسی داشته باشند.

امروزه حتی برندهای لوکس مد هم در حال بررسی امکان استفاده از تصویر سازی سه بعدی به نفع خود هستند. در واقع برندهای هوشمند با استفاده از آزادی خلاقیتی که موتورهای بازی و نرم افزارهای سه بعدی در اختیار آنها گذاشته اند؛ از خلاقانه ترین و عجیب ترین تخیلات خود استفاده می کنند. برندهای مد لوکس معمولاً دست به ساخت طرح هایی می زنند که در عین کاربردی بودن، یک اثر هنری هم محسوب می شوند. چگونه می توانید محیط های فروشگاههای که هرگز ساخته نشده اند را قبل از مطابقت ظاهر و احساس پیشگامانه آنها با لباس هایی که در راهروهای مد در سراسر جهان به نمایش درمی آیند، به درستی تجسم کنید؟ موتورهایی مانند Unreal و Unity یا نرم افزاری مثل 3D studio Max، طرح های خلاقانه ای را با امکانات بی انتها در اختیار برندها قرار می دهند تا ضمن عرض اندام در مقابل محیط های فیزیکی تماماً منطقی، نوع خلاقانه تجاری خود را به رخ بکشند. وقتی حتی سنتی ترین و محافظه کارترین بخش صنعت مد در حال کشف فضای

چگونه باید به شیوه ای عالی به نمایش بگذارد. این شرکت تصاویر و انیمیشن هایی که لباس های مد بالا را به تن کرده اند و مانکن های بدن های توخالی را در هر مکانی که شما تصور کنید به نمایش می گذارد؛ دقیقاً شبیه یک مدل واقعی با کیفیت. آنها توانسته اند در سال گذشته یک لباس سه بعدی را به قیمت هنگفت ۹۵۰۰ دلار به فروش برسانند. به یاد داشته باشید که این لباس را نه می توان پوشید و نه حتی می توان لمس کرد و دید؛ مگر اینکه به صفحه نمایشگر نگاه کنید تا بتوانید آن را ببینید. اگر این مفهوم برایتان غیر ملموس یا حتی عجیب به نظر می رسد؛ پس بهتر است از یک کودک ۱۲ ساله سوال کنید که آیا تاکنون پولی را صرف خرید لباس های مجازی یا اصطلاحاً «پوستی» در یکی از بازی های ویدئویی مورد علاقه خود کرده است یا خیر. احتمالاً پاسخش، شما را شگفت زده خواهد کرد؛ چرا که به احتمال زیاد برای همه شخصیت های آنلاین خود یک دست لباس دیجیتالی خریده است. این شروع روند انتقال BYC از دنیای فیزیکی به دیجیتال به حساب می آید.

یکی از بزرگ ترین بازی های حال حاضر، یعنی بازی فورتنایت (Fortnite) توانسته میلیون ها دلار از محل فروش آنلاین لباس ها، کفش ها و اکسسوری های شخصیت های خود درآمد کسب کند. خانه مد ایتالیایی Moschino یک مجموعه لباس طراحی کرده که می توان ضمن پوشیدن شان در زندگی واقعی، از آنها در بازی ویدئویی محبوب شبیه ساز زندگی یعنی «سیمز (Sims)» نیز استفاده کرد. جدیدترین همکاری بین مد و صنعت بازی مد، بین دو



بزرگ ترین تولید کننده عینک های VR در جهان، اخیراً آخرین مدل عینک خود تحت عنوان مدل Oculus Quest را به بازار عرضه کرده است. عینک های Quest به کاربران این امکان را می دهند تا ابزارهای کنترل کننده را رها کرده و از دست هایشان استفاده کنند. چهار دوربین کوچک با زاویه دید گسترده در خارج از هدست، دست ها و محیط اطراف کاربران را ردیابی می کنند؛ به گونه ای که هر سنسور خارجی، تصاویر سه بعدی ایجاد می کند و تصاویر غیر ضروری و بی ربط توسط اشاره گر حذف می شود. چنین وسیله ای بار

احساس پیشگامانه آنها با لباس هایی که در راهروهای مد در سراسر جهان به نمایش درمی آیند، به درستی تجسم کنید؟ موتورهای مانند Unreal و Unity یا نرم افزاری مثل 3D studio Max، طرح های خلاقانه ای را با امکانات بی انتها در اختیار برندها قرار می دهند تا ضمن عرض اندام در مقابل محیط های فیزیکی تماماً منطقی، نبوغ خلاقانه تجاری خود را به رخ بکشند. وقتی حتی سنتی ترین و محافظه کارترین بخش صنعت مد در حال کشف فضای نوآوری و بررسی امکان انتقال از دنیای فیزیکی به دنیای دیجیتال

برند Louis Vuitton در خلال این همکاری، پوست های سفارشی و جام قهرمانی را برای مسابقات قهرمانی جهان ورزش های الکترونیکی League of Legends طراحی کرده است.

در حال حاضر ارائه تجربه خرید مجازی به مشتریان براساس نیازهای آنها، یک الزام محسوب می شود. چرا که امروزه مصرف کنندگان به راحتی به اینترنت متصل می شوند و انتظار دارند به همان چیزی که از فروشگاه های فیزیکی برندها می خرند، در دنیای مجازی هم دسترسی داشته باشند.



دیگر آستانه واقعیت مجازی را پایین می آورد. شرکت HTC دیگر تولید کننده هدست های واقعیت مجازی، با عرضه عینک های جدید خود با نام HTC Vive Pro Eye، یک قدم دیگر به جلو برداشته است. هدست Vive Pro اولین هدست عرضه شده به بازار انبوه است که دارای معیارهای استاندارد ردیابی چشم است و دنیایی از امکانات را برای استودیوهای طراحی بازی، شرکت ها و مصرف کنندگان به ارمان می آورد. اما اگر یک گام دیگر به جلو برداریم و علوم اعصاب را به این ترکیب اضافه کنیم، چه اتفاقی می افتد؟

است؛ پس احساسات و تمایلات بشر هم واقعاً دستخوش تغییر می شوند. زمانی را به یاد بیاورید که فکر می کردیم به تلفن های همراه نیازی نداریم؟ گاهی تشخیص ارزش چیزی و پذیرش آن زمانبر است.

#### دومین تحول: علوم اعصاب واقعیت مجازی

فناوری های سه بعدی و واقعیت مجازی با گذشت هر سال قدم های بزرگتری به پیش برمی دارند. هدست های واقعیت مجازی که امروزه در همه جا حضور دارند؛ روز به روز پر قدرت تر و دقیق تر شده و توانایی بیشتری پیدا می کنند. شرکت اوکولوس (Oculus) به عنوان

امروزه حتی برندهای لوکس مد هم در حال بررسی امکان استفاده از تصویر سازی سه بعدی به نفع خود هستند. در واقع برندهای هوشمند با استفاده از آزادی خلاقیتی که موتورهای بازی و نرم افزارهای سه بعدی در اختیار آنها گذاشته اند؛ از خلاقانه ترین و عجیب ترین تخیلات خود استفاده می کنند. برندهای مد لوکس معمولاً دست به ساخت طرح هایی می زنند که در عین کاربردی بودن، یک اثر هنری هم محسوب می شوند. چگونه می توانید محیط های فروشگاه های هرگز ساخته نشده اند را قبل از مطابقت ظاهر و



چه می شود اگر به اعضای یک گروه متمرکز، یک هدست واقعیت مجازی بدهید و آنها را در فروشگاهی مجازی که مملو از آخرین مجموعه های به روز پوشاک است رها کنید، و سپس مسیر دقیق نگاه کردن، راه رفتن و پاسخ های مغز آنها را پایش کنید. به عنوان مثال با این روش می توانید مناسب بودن موقعیت جدیدترین پیراهن تولیدی خود در فروشگاه و تمایل افراد به رنگ آن را مورد بررسی قرار دهید. در این صورت کافی است مشتری را به داخل فروشگاه بفرستید و پاسخ او به محصولات تجاری خود را بررسی نمایید. ادغام داده های فروش و بازاریابی با داده های احساسی ناب انسانی، باید به یک رویا برای محققان تبدیل گردد.

#### ادامه دارد

از واقعیت مجازی فرکانس بالا در زمینه مطالعه بین مغز جوندگان و انسان استفاده می شود. در حال حاضر تحقیقات در آزمایشگاه های علوم اعصاب در سراسر جهان با هدف باز کردن قفل پیچیده مغز بشر در جریان است. اگر در آینده تجهیزات اندازه گیری علوم اعصاب مرتبط با فعالیت و پاسخ مغز به راحتی در دسترس افراد قرار گیرد؛ ابزاری مناسب برای سنجش دقت و صداقت پاسخ های مشتریان و همکاران خواهد بود. چنین ابزاری در تمام مراحل کاری صنعت مد، از طراحی لباس گرفته تا تنظیم روند فروش

منبع:

www.pixelpool.com