

معرفی نموبال طراح فرآیندهای
آموزشی مهارتی برای دانش آموزان

نحوه آیستگوم

ماهنامه - خرداد ۱۴۰۱



داستان زندگی شاد زیستن

معرفی خانه خلاق و نوآوری تم



همت و غیرت ایرانی، این چنین است که معمول هیچ دستور و بخش نامه یا خشم و خوشایند دول شرقی و غربی نمی‌ماند. آتش به اختیار بودن یعنی همین؛ یعنی انتفاضه‌ای که نخبگان هوافضای ما به چنین دستاوردهای برسند که با دستان خالی از کمک‌ها و انتقال تجربیات شرقی و غربی، این چنین گستره‌گیتی را به زیر چشمان پر نفوذ خود کشانده‌اند.

اما در این میان ما مقصريم؛ مارسانه‌ای‌ها. تقصیرمان هم در این است که به اندازه توانمندی‌های دانشمندان و افتخارآفرینی‌هایشان، نتوانسته ایم کار رسانه‌ای بکنیم و جامعه و جهان مان را از این تلاش‌ها آگاه کنیم.

‘‘خانه‌های خلاق و نوآوری معرفی خانه خلاق و نوآوری سیستان و بلوچستان

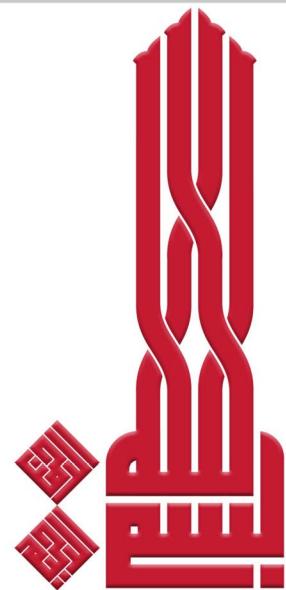
‘‘گارگروه خلاق گزارش نماشگاه اینوتکس ۲۰۲۲ و رویداد اینوتکسیکاپ

‘‘گیمینگ از خوب به عالی تأثیر پیشرفت، خلاقیت و بازخورد در طراحی بازی



فهرست مطالب

۴.....	یادداشت سردبیری
۶.....	کارگروه خلاق
۹.....	گزارش چهارمین دوره برگزاری رویداد اینوتکسیکاپ
۱۲.....	معرفی خانه خلاق و نوآوری سیستان و بلوچستان
۱۴.....	معرفی خانه خلاق و نوآوری تم
۱۶.....	مقاله اول، داستان زندگی شاد زیستن
۱۸.....	تریبون اول، معرفی نموبال طراح فرآیندهای آموزشی
۲۲.....	کتابخوان
۲۴.....	مقاله دوم، نقش کوچینگ در توسعه کسبوکارها
۲۶.....	از خوب به عالی، تأثیر پیشرفت، خلاقیت و بازخورد در طراحی بازی
۲۹.....	گردشگری آموزشی
۳۰.....	ویترین
۳۲.....	مقاله سوم، ماهیت شرکتهای نوآور و تأمین مالی آنها
۳۴.....	تریبون دوم، معرفی آرکا فیدار انار با طراحی و تولید کیف و کوله
۳۶.....	نانوتکنولوژی و پتانسیل آن در صنعت نساجی



• سید محمد رضا حسینی لواسانی

•

•

تهیه کننده:

• دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق

• دبیر کارگروه:

پرویز کرمی، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز

حق مطلب درباره دستاوردهای نوآورانه و فناورانه کشور

در روزهای گذشته که خبر انتشار تصاویر ماهواره ایران ساخت نور ۲ از پایگاه ناوگان پنجم دریایی آمریکا منتشر شد، ناخودآگاه به یاد این سخنان پیر فرزانه انقلاب افتادم. اینکه سیر تطور "دانش اگر در ثریا باشد، مردمانی از پارس بدان دست خواهند یافت" پیامبر رحمت (ص) تا "یک ملت با مغز خودش فکر کند" رهبری انقلاب، چه رویای صادقانه ای از مردمان ایران زمین را در برابر دیدگان یک دنیا به نمایش گذاشته است.

مردمانی که در هژمونی گسترده تحریم و تهدید و تحديد، چه شگفتانه هایی که در حوزه ساخت و تولید فناوری های روز آمد ایران ساخت ارائه نکردند در موضوع اخیر ماهواره هایی را در مدار ۵۰۰ کیلومتری زمین (LEO) مستقر کرده اند تا در زمرة محدود کشورهای جهان قرار بگیریم که با این ماهواره ها، از هر نقطه جهان که بخواهیم، تصاویر باکیفیت و رنگی تهیی کند. ماهواره هایی که از ایستگاه سامانه های زمینی - انواع ماهواره بر، پرتابگرها و از لجستیک تا فناوری های پیشرفته نرم افزاری و سخت افزاری آن، یعنی یک زنجیره کامل صنعت فضائی تماماً به دست جوانان برومند این سرزمین، بومی سازی شد و این چنین استیلای چشمگیر ایران اسلامی را بر پهنه آسمانها به تصویر کشید. آمارها اما دایره این مباحث را صدقه‌دان می‌کنند. طبق آمارهای رسمی بین‌المللی، ایران در سال ۱۹۹۶ در رتبه ۴۵ کشورهای دارای برترین فناوری های فضایی قرار داشت.



پرویز کرمی
مشاور معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری
دیر کاگروه برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق



کم جان و کم تأثیر از این بخش مشاهده می‌کنیم. بله؛ ما مقصريم. چون حق مطلب را درباره دستاوردهای نوآورانه و فناورانه دانشمندان مان در عرصه‌های مختلف را ادا نکردیم. ما بدھکار این جماعت افتخارآفرین هستیم. با اینکه می‌دانیم مثل و مانند این عزیزان در دنیا کمیاب است، اما با حساسیت، دقت و مداومت به تولید محظوظ در این باره نمی‌پردازیم در معرفی و شناساندن دانشمندان خود هم کم توفیق هستیم و در مقابل، فضای مجازی ما پوشده از خود تحقیری ایران و ایرانی!

اما در این میان ما مقصريم؛ ما رسانه‌ای‌ها. تقصیرمان هم در این است که به اندازه تومندی‌های دانشمندان و افتخارآفرینی‌هایشان، نتوانسته ایم کار رسانه‌ای بکنیم و جامعه و جهان مان را از این تلاش‌ها آگاه کنیم.

روراست باید بگوییم که شرمنده همه این عزیزان هستیم. باید این کفران نعمتی که هر روز ما در فضای مجازی و رسانه‌ای‌ها مرتكب می‌شویم به سرعت به پایان برسد و سرها را به سمت تکریم و ارتقای فعالیت‌ها و دستاوردهای دانشمندان و نخبگان و سرآمدان و نوآوران و خلاقان کشورمان به احترام بچرخانیم. ایران اسلامی با رسانه‌های قدرمند و حامی دانش و فناوری می‌تواند به والاترین درجات برسد و در میان کشورهای دنیا، جایی که لایق اش هست را بیابد.

و اینک این تاریخ پرافتخار ایران‌زمین است که تا مادرم خلقت، بستری برای زاد و پرورش نخبگانی است که همواره شعار ما می‌توانیم را به فعلیت‌می‌رسانند و تمام تلاش‌هایی که مترصد دلسرب کردن آن‌ها است را به زمین می‌زنند و این چنین عزتمدانه در مسیر بومی‌سازی دستاوردهایی که تا پیش از این کسی فکرش را هم نمی‌کرد که به مرزهای ایران اسلامی برسد، تلاش می‌کنند.

این دستاوردها، مصداق دست‌به‌دست شدن مشعل المپیک تلاش و ما می‌توانیم ایران، در قرن‌های متتمادی است؛ مشغله که از گذشته به امروز رسیده و بی‌گمان از نسل کنونی به دست نسل‌های بعدی متفرگان این سرزمین خواهد رسید.

تاریخ، این گزاره را دهها، صدها و هزاران بار به اثبات رسانده است.

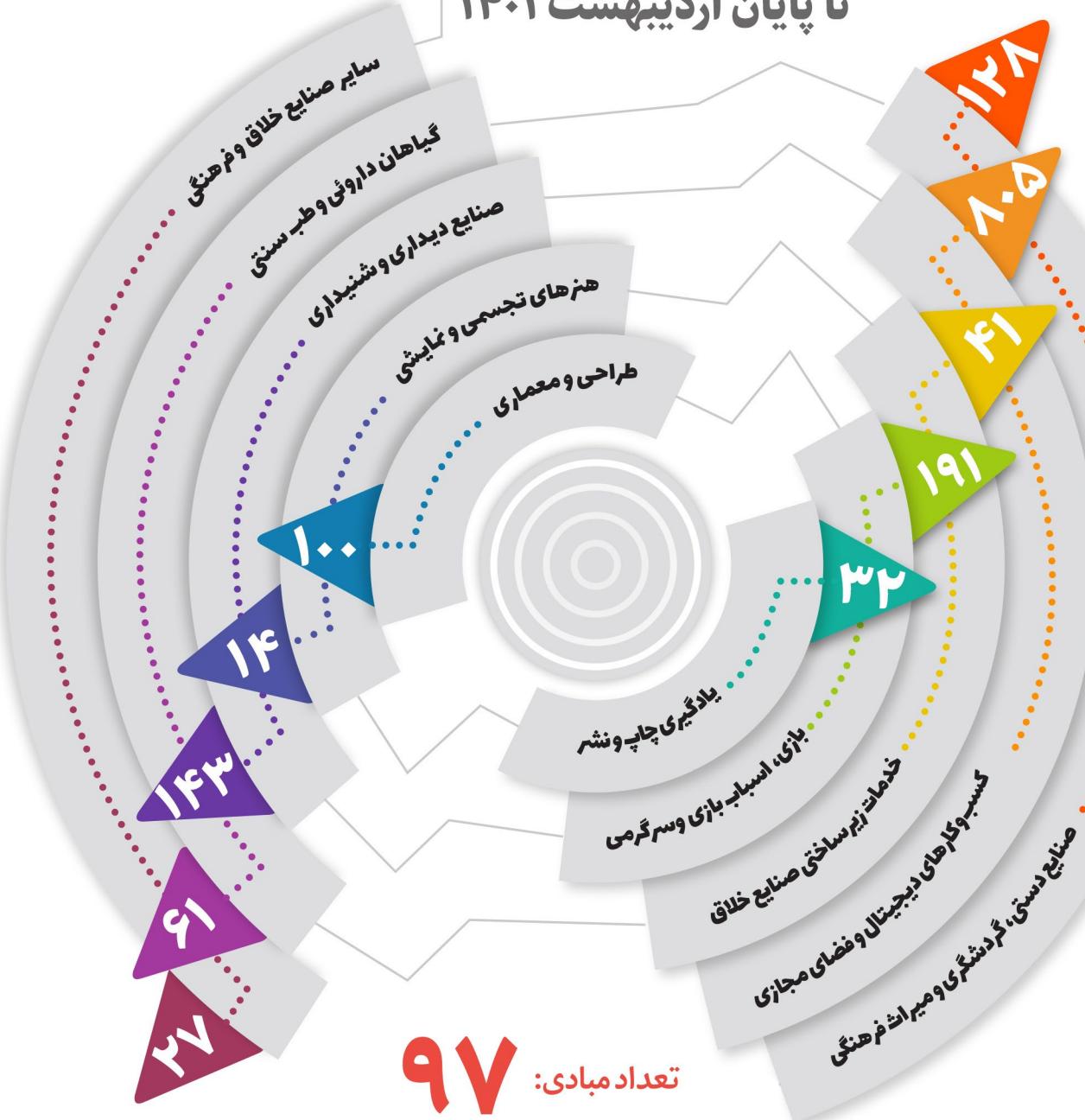
در آن سال‌ها، ایران، سایه تحریم چندانی را در این زمینه احساس نمی‌کرد اما امروز و تا پیش از این دستاوردهای خشنان، ایران، دهمین کشور دارای فناوری‌های نوین فضایی است. آنچه در این آمار رشک‌برانگیز نشان داده و تعجب دانشمندان و نوابغ جهانی را در پی داشته آن‌که، ۹ کشور ابتدایی این فهرست، تحت هیچ‌گونه تحریم فضایی قرار ندارند و ایران به عنوان دهمین کشور این فهرست، نخستین کشوری است که با شدیدترین تحریم‌های حوزه هواپما و مواجه است.

و حال اگر پاسکاری فناوری در میان کشورهای در راس این فهرست نباشد و اگر آنها به اندازه ایران، تحت این میزان تحریم‌های ظالمانه قرار بگیرند، آیا باز هم خواهند توانست جایگاه کنونی خود را حفظ کنند و آیا در چنین شرایطی، رتبه ایران، باز هم مرتبه دهم این فهرست است؟

همت و غیرت ایرانی، این‌چنین است که معطل هیچ دستور و بخش‌نامه یا خشم و خوشایند دول شرقی و غربی نمی‌ماند. آتش‌به‌اختیار بودن یعنی همین؛ یعنی انتفاشهای که نخبگان هواپما می‌باشند که با دستان خالی از کمک‌ها و انتقال تجربیات شرقی و غربی، این‌چنین گستره گیتی را به زیر چشمان پر نفوذ خود کشانده و دنیا را برای بدخواهان این ملت و سرزمین ناامن‌تر کنند. در مشاهداتم از یک کشور حاشیه خلیج‌فارس که تمام تاریخ اش به یک قرن هم نمی‌رسد، به‌واسطه ورود ابتدایی که در حوزه هوا و فضا در مراکز علمی، آموزشی خیابان‌ها و مکان‌های عمومی‌اش، تصاویر و سازه‌هایی از فعالیت‌های فضایی اش که جملگی وارداتی و ساخت کشورهای غربی و با پول های بادآورده نفتی خریداری شده است، به وفور و اشکال مختلف دیده می‌شود. در بسیاری از نقاط دیگر دنیا نیز، اوضاع چنین است. یعنی هر دستاوردهی با تشویق‌ها و توصیف‌های بلند بالای تبلیغی و رسانه‌های همراه می‌شود اما ما در کشورمان با داشتن هزاران شرکت دانش‌بنیان و خلاق و تولیدات و دستاوردهای بی‌نظیر علمی و فناوری، نشانه‌ای از محصولات و تلاش‌های این شرکت‌ها را در کتب درسی - رسانه‌ها، مبلمان شهری، به اشکال مختلف در کوی و بزرن یا مکان‌های پر رفت‌وآمد نمی‌یابیم. در عرصه‌های رسانه‌ای، گزارش‌ها و خبرها، بیشتر دستوری و سطحی است و مطالبی



آمار شرکت‌های خلاق بر حسب حوزه فعالیت تا پایان اردیبهشت ۱۴۰۱



تعداد شرکت‌ها:

تعداد خانه خلاق و نوآوری:

فناوری‌های نرم و صنایع خلاق اشتغال‌آفرین و ثروت‌افزا است



سمینار تخصصی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی برگزار شد، « Glamrضا منظری نایب رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی »، « پرویز کرمی مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهور و دبیر ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق »، « محمد مهدی برادران، معاون صنایع عمومی وزارت صنعت معدن و تجارت »، « افسر موموندی، مدیر دفتر اقتصاد فرهنگ و هنر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی » و جمعی از کارشناسان مرکز حضور داشتند.

پرویز کرمی دبیر ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق در این نشست گفت: مهمترین وظایف خود را اصلاح تصویرسازی از نوآوری در شکل دهنی به اقتصاد خلاق، تجاری سازی فناوری‌ها و حمایت از تحقیقات مرز دانشی و اقتصاد دانش بنیان می‌دانم. مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، خانه‌های خلاق و نوآوری را محملی برای تولید و زایش شرکت‌های خلاق و حمایت از توسعه محصول و توسعه بازار حوزه‌های مختلف فرهنگی در زیست بوم خلاقیت و نوآوری دانست و گفت: اشتغال فارغ التحصیلان علوم انسانی، فرهنگ و هنر از طریق شرکت‌های خلاق و دانش بنیان حوزه صنایع خلاق و فرهنگی در دستور ستاد هست.

ستاری: هدف‌گذاری معاونت علمی و فناوری افزایش سهم شرکت‌های دانشبنیان و خلاق از اقتصاد کشور است

سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رییس جمهوری در آیین آغاز به کار یازدهمین نمایشگاه بین المللی نوآوری و فناوری (اینوتکس ۲۰۲۲) با اشاره به گسترش نقش فعالان زیست بوم فناوری و نوآوری در اقتصاد کشور گفت: اولویت اصلی معاونت علمی و فناوری در سالی که از سوی رهبر فرزانه انقلاب، دانشبنیان محور قرار گرفته است، گسترش سهم شرکت‌های دانشبنیان و خلاق از اقتصاد کشور است. باید سهم ۳۰ هزار میلیارد تومانی اقتصاد دانشبنیان در سال ۹۹ به عددی قابل توجه در سال جاری برسد. وی با بیان این‌که در سال جاری، نقش فعالان زیست بوم اقتصاد دانشبنیان، پررنگ و اثرگذار دیده شده است، ادامه داد:

با توجهی که از سوی بخش‌های مختلف به این حوزه جلب شده است و تاکیدی که رهبری در این حوزه داشته اند، فعالان اقتصاد دانشبنیان و خلاق، در مبارزه با فرهنگ اقتصاد نفتی و خام فروش، که عارضه‌هایی چون اقتصاد فربه، بروکراسی‌های پیچیده اداری و روندهای نادرست را به همراه آورده، پیروز خواهد شد.



در یازدهمین دوره نمایشگاه اینوتکس بیش از ۴۰۰ شرکت دانشبنیان و خلاق، مرکز پارک فناوری، خانه‌های خلاق و نوآوری، مرکز نوآوری و... به ارائه جدیدترین محصولات و خدمات فناورانه خود پرداختند.

اینوتکس امسال با حضور کشورهای روسیه، هند، مالزی، قرقیزستان و اندونزی همراه بود و شرکت‌های حاضر در نمایشگاه استقبال خوبی از این دوره داشته اند.

حضور پررنگ خانه‌های خلاق و نوآوری در اینوتکس

نمایشگاه بین‌المللی فناوری و نوآوری (اینوتکس) که امسال یازدهمین دوره خود را برگزار می‌کند، علاوه بر حضور شرکت‌های دانشبنیان و فناور، میزبان فعالان زیست بوم صنایع خلاق بود.

خانه‌های خلاق و نوآوری، در کنار مجموعه حمایت‌هایی که از سوی ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری صورت می‌گیرد، تیم‌ها و هسته‌های خلاق و نوآور را در مسیر تبدیل ایده‌های خلاق به پدیده، ایجاد شرکت‌های خلاق و ارزش‌آفرینی سوق می‌دهد.

در این رویداد، ۶ خانه خلاق و نوآوری شامل خانه‌های خلاق و نوآوری راه ابریشم، اشراق، مجلس، ستاپ، تتا و همارا حضور پیدا کردند؛ این خانه‌های خلاق و نوآوری، هم‌اکنون در سراسر کشور مشغول به فعالیت هستند و زمینه را برای اتصال حوزه‌هایی که می‌توانند ارزش افزوده بالایی خلق کنند، به زیست بوم نوآوری کشور و در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق متصل شوند و ضمن ایجاد اشتغال، درآمد زایی و توسعه فرهنگ، مسیر تبدیل علوم انسانی به کسب‌وکار و تجاری سازی این علوم را فراهم کنند.





با حضور دبیر ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق؛ از بازی رومیزی هفت‌خان رونمایی شد

این بازی که به همت یکی از شرکت‌های خلاق و با حمایت خانه خلاق و نوآوری ایلسا تولید شده، الگوهای کهن فارسی را دستمایه قرار داده است. طبق این بازی، آشنایی‌سازی خوبی میان کودکان و نوجوانان با قهرمانان و اساطیر ملی و شاهنامه فردوسی صورت می‌گیرد. پیویز کرمی در مراسم رونمایی بازی هفت خان و با گرامی‌داشت سالروز شاعر حماسه سرای ایران حکیم ابوالقاسم فردوسی، بیت جاودانه توانا بود هر که دانا بود، ز دانش دل پیر بربنا بود این شاعر توأم‌مند را مطابق با فرمان امسال مقام معظم رهبری عنوان کرد و به توأم‌مندی جوانان خلاق ایران زمین در قالب شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق صحه گذاشت.

اسباب‌بازی؛ کالای ثروت‌آفرین و اشتغال‌زا

وی با بیان اینکه وقتی از بازی، یاد می‌کنیم، در نگاه اول فکر می‌کنیم که بازی تنها متعلق به کودک و نوجوان و صرفا برای سرگرمی است، اما اکنون بازی و سرگرمی به یک اقتصاد تبدیل شده و کاملاً ثروت‌آفرین و اشتغال‌زا است و جزو صنایع فرهنگی خلاق به شمار می‌رود، افزود: بازی صرفا برای پر کردن سرگرمی و اوقات فراغت نیست از زمان پیدایش بشر، هیچ جامعه‌ای، بدون بازی نبوده است و این بازی‌ها، در قرون مختلف، تغییر شکل یافته اما کارکرد و ماهیت اصلی خودشان را که آموزشی است حفظ کرده‌اند.



کرمی با اشاره به اینکه اگر قالب و محتوای بازی تغییر کرده اما ماهیت و کارکرد آن در کنار سرگرمی و گذران اوقات فراغت، آموزش و یادگیری بوده و این آموزش و یادگیری، همیشه جان مایه اصلی بازی بوده است، گفت: در تمام دوران ها، ساختن کاراکتر و یا انتخاب شخصیت‌های ملی، مذهبی و اسطوره‌های وطنی برای کشورها، اقوام، با توجه به جغرافیا و موضوعات ملی و مذهبی خمیرمایه‌های اصلی بازی بوده و خوب‌بخش‌تنه این بازی هفت‌خان نیز به معرفی اسطوره‌های دینی و ملی ما توجه کرده است و به نوعی آموزش حکمی، شاهنامه را خمیرمایه کار خودش قرار داده است.

تأیید قانون جهش تولید دانش‌بنیان از سوی شورای نگهبان

سوزنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، با اشاره به تأیید قانون جهش تولید دانش‌بنیان از سوی شورای نگهبان، اجرای این قانون را تحول آفرین دانست و گفت: امروز روز بزرگی است برای زیست‌بوم دانش‌بنیان کشور به شمار می‌رود قانون جهش تولید دانش‌بنیان پس از سه سال تلاش همکارانم در معاونت علمی و فناوری در تعامل با مجالس دهم و یازدهم به نتیجه رسید و تایید شد. قانون جهش تولید دانش‌بنیان و رونق محصولات ایران ساخت

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری قانون جهش تولید دانش‌بنیان را گامی اثربخش و ماندگار در رونق زیست‌بوم فناوری و نوآوری دانست و گفت: این قانون، حاصل ۳ سال کار جدی، مطالعه و بهره‌مندی از تجربیات گذشته است که در قالب همکاری و همراهی دستگاه‌های مختلف به ویژه مجلس شورای اسلامی با معاونت علمی و فناوری به ثمر نشست. مفادی که در این قانون تصویب شده، به توسعه بخش‌های مختلف زیست‌بوم فناوری و نوآوری از بخش‌های سرمایه‌گذاری و زیرساختی تا تولید محصول دانش‌بنیان و خلاق با استفاده از اختیارات معاونت علمی و فناوری کمک می‌کند.

تشکیل نخستین جلسه کارگروه اسباب‌بازی و سرگرمی سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم

در این جلسه اعضای مختلف کارگروه از بخش‌هایی چون تولیدکنندگان اسباب‌بازی، نمایندگانی از کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، برخی از اعضای شورای نظارت و مجمع فعالان اسباب‌بازی و چند شرکت خلاق و خانه خلاق و نوآوری حوزه اسباب‌بازی حضور داشتند.

تشکیل اتحادیه سازندگان و عرضه کنندگان اسباب‌بازی

پیویز کرمی در این نشست، با توجه به سند تحول دولت سیزدهم در زمینه صنایع خلاق و فرهنگی بر ضرورت موضوع تشکیل اتحادیه عرضه کنندگان اسباب‌بازی تاکید و اقدامات ستاد فناوزی‌های نرم و توسعه صنایع خلاق را در این زمینه پرشمرد. معاونت علمی به صنعت اسباب‌بازی به عنوان یکی از مصاديق حوزه فناوری‌های نرم و صنایع خلاق توجه کرد و برای توسعه این صنعت در قدم نخست، افرادی را از درون صنف اسباب‌بازی را انتخاب کرد تا در اجرایی شدن اقدامات و تلاش‌ها در این مسیر یاریگر ستاد فناوری نرم باشند.

ضرورت ایجاد خانه خلاق و نوآوری طراحی بازی و اسباب‌بازی

این جلسه با تاکیدات محمدحسین نچی دبیر کارگروه اسباب‌بازی بر هم افزایی بین ارکان مختلف صنعت اسباب‌بازی برای توسعه آن، آغاز شد.

به گفته‌ی وی، اقدامات عملیاتی در این کارگروه همچون تشکیل اتحادیه عرضه کنندگان اسباب‌بازی و شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی یک ضرورت ملی برای توسعه این صنعت در کشور است. نچی افزود: ایجاد «خانه خلاق طراحی بازی و اسباب‌بازی» هم می‌تواند در این مسیر یاریگران فعالان صنعت اسباب‌بازی باشد. باید فعالان این حوزه از مزایای خانه خلاق بهره مند شوند.

گزارش چهارمین دوره برگزاری رویداد اینوتکسیکاپ

همزمان با یازدهمین نمایشگاه INOTEX ۲۰۲۲ در سال تولید، دانشبنیان و اشتغالآفرین به همت ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری و وزارت آموزش و پرورش و همکاری پارک فناوری پردیس رویداد خلاق شوی آموزشی اینوتکسیکاپ با رویکرد نوآوری و فناوری‌های آموزشی در حوزه آموزش و یادگیری در سال ۱۴۰۱ به این نقطه رسید. در راستای اجرایی‌سازی تفاهم‌نامه منعقد شده فی‌مابین معاونت و وزارت در فروردین ۱۴۰۱ با تشکیل چندین جلسه درخصوص استفاده از ظرفیت‌های رویداد اینوتکسیکاپ برای توسعه زیست‌بوم صنایع خلاق در حوزه آموزش و یادگیری اقدامات زیر انجام شد:



- اختصاص فضای بیش از ۲۰۰۰ متر به رویداد اینوتکسیکاپ با حضور خانه‌های خلاق و نوآوری، شرکت‌های خلاق تخصصی حوزه آموزش و بیش از ۴۰ گروه آموزشی
 - ایجاد فضای تعاملی و تجربه‌محور با به‌کارگیری محصولات و خدمات آموزشی استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های خلاق این حوزه با هدف ایجاد محیطی خلاق، پویا و تجربه‌محور ویژه دانش‌آموزان، مربیان، معلمان، مدرسان و اولیا و همچنین دیگر بازیگران این زیست‌بوم
 - نمایش دستاوردهای خلاق موفق در این حوزه در بخش نمایشگاهی
 - نمایش دستاوردهای پژوهش سراهای دانش‌آموزی
 - برگزاری کارگاه‌های تخصصی ویژه معلمان با موضوع صنایع خلاق، نوآوری و فناوری‌های آموزشی
 - برگزاری کارگاه دوروزه تخصصی تولید محتوا ویژه نوجوانان
 - برگزاری نشست نیازهای فناورانه با مدیران وزارت آموزش و پرورش، شرکت‌های خلاق و دانشبنیان، خانه‌های خلاق و نوآوری و سرمایه‌گذاران
 - رویداد ارائه ایده‌های دانش‌آموزی
 - رویداد ارائه ایده‌های معلمان
- و در پایان بازدید بیش از ۷۰۰۰ معلم، مدیر، دانش‌آموز، استاد و اولیا این رویداد ۴ روزه نیاز به استمرار دارد و انتظار می‌رود پیرو فرمایش مقام معظم رهبری مبنی بر استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانشبنیان و خلاق در ساختار و محتوا و تجهیزات حوزه آموزش، علاوه بر اقدامات لازم برای تأمین محتوای مناسب با کیفیت متناسب با فناوری‌ها و نوآوری روز در کتب درسی، برنامه‌ریزی لازم و عاجل برای آغاز سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ در دو بخش نشست نیازهای نوآورانه و فناورانه در زیست‌بوم صنایع خلاق و همچنین تولید محتوای بروز و نوآور در کارگوهای تخصصی صورت گیرد تا بتوان در سال‌های آینده، ضمن ارائه دستاوردهای اینوتکسیکاپ ۲۰۲۳ با محتوای پربارتری برگزار و اثرات آن ملموس باشد.



برگزاری ورکشاپ‌های متنوع به مناسبت هفته‌ی میراث فرهنگی خانه خلاق و نوآوری «ب»

خانه خلاق و نوآوری «ب»، از ۲۸ اردیبهشت تا ۶ خداد به مناسبت هفته‌ی میراث فرهنگی در راستای حمایت از هنرمندان صنایع دستی خلاق و ترویج و آموزش هنر، اقدام به برگزاری ورکشاپ‌های متنوع در رشتۀ‌های مختلف صنایع دستی و هنرهای سنتی، از جمله میناکاری، فیروزه کوبی، چرم، گچ بری، نقاشی روی چوب، قطاعی و... در مجموعه میراث جهانی کاخ گلستان نمود.

یکی از اهداف برگزاری این رویداد، تعامل بیشتر هنرمندان و تیم‌های خانه خلاق «ب» با مخاطبان هنر، و آشنایی مستقیم با بازار و سلیقه‌ی مخاطب است.



اردیبهشت ماه خانه خلاق و نوآوری زینو

خانه خلاق و نوآوری زینو در سیزدهمین نمایشگاه سراسری صنایع دستی استان یزد حضور پیدا کرد خانه خلاق و نوآوری زینو بسترهای فعالیت تیم‌های فعال در حوزه صنایع دستی را فراهم آورد.

نشست هم اندیشی مدیران عامل صندوق‌های پژوهش و فناوری صنایع خلاق و فرهنگی با خانه خلاق و نوآوری زینو و تیم‌های مستقر به منظور تبیین تعاملات فی مابین برگزار شد.

همچنین دوره «چگونگی توسعه بازار محصولات صنایع خلاق در کشورهای حوزه خلیج فارس» جهت بررسی نحوه ورود صنایع خلاق و صنایع دستی به بازار کشورهای عربی حوزه خلیج فارس برگزار شد.

مرکز تخصصی مشاوره و طراحی بسته بندی خانه خلاق و نوآوری آفتاب اصفهان

مرکز تخصصی مشاوره و طراحی بسته بندی خانه خلاق و نوآوری آفتاب اصفهان در دفتر مرکزی اداره کل پست استان اصفهان شروع به کار کرد. این واحد در نظر داد با مشاوره و طراحی بسته بندی متناسب با محصول شما در افزایش سلامت محصول با توجه به استانداردهای پستی کشور خدمات خود را ارائه دهد.

این واحد همچنین به علت حجم بالای مرسولات پستی صنایع دستی در استان اصفهان، طرح‌های نوینی برای بسته بندی محصولات صنایع دستی و کالاهای ارزشمند دارد که می‌تواند محافظت محصول شما را از میدا تا مقصد تضمین کند.

اکران فیلم و اجرای دوبله همزمان در استودیو خانه خلاق و نوآوری نیتک

اولین اکران فیلم و اجرای دوبله همزمان آثار تولید شده توسط بنیاد فرهنگی هنری سکوت در استودیو نیتک برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی خانه خلاق و نوآوری محتوا دیجیتال نیتک، این مراسم با حضور هنرجویان و علاقهمندان عرصه دوبله، در محل استودیو نیتک برگزار شد.



در این اکران چند قسمت از انیمیشن سریالی عشق، مرگ و ربات‌ها اکران شد که تمامی مراحل دوبله آن در این استودیو انجام شده است.

همچنین انیمیشن رابین سینه سرخ نیز که از تولیدات دوبله این استودیوست در ادامه اکران عمومی شد. و بنیاد فرهنگی هنری سکوت با اکران فیلم، اجرای دوبله همزمان را هم انجام دادند که از مورد استقبال تماشاگران قرار گرفت.

بخش‌هایی از این دو انیمیشن نیز به طور همزمان و زنده توسط صدابازیگران آن‌ها دوبله شد.

در پایان این اکران نیز از علاقهمندان برای شرکت در دوره‌های مقدماتی و تخصصی صدابازیگری ثبت‌نام به عمل آمد. با شرکت در این دوره‌ها، علاوه بر مهارت افزایی می‌توانید وارد شبکه نوآوری نیتک شوید و مشغول به حرفة گویندگی و صدابازیگری شوید.

سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم

بخش ششم

این سند که در جلسه ۸۱۰ مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۱۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی و براساس مصوبه جلسه ۴۶ ستاد راهبری اجرای نقشه جامع علمی کشور به تصویب رسیده است، به شرح ذیل برای اجرا ابلاغ می‌شود:

- راهبرد ۵: جامع‌نگری، همافزایی و توسعه زنجیره ارزش و سبد محصولات در شاخه‌های مختلف صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم
- ۱- حمایت از ایجاد شرکت‌ها و مراکز مشاوره تخصصی غیر دولتی به منظور توسعه و تلفیق زنجیره ارزش محصولات فرهنگی و فناوری‌های نرم؛
- ۲- آسیب‌شناسی، بازنگری، شفافسازی و اصلاح قوانین، مقررات و شاخص‌ها به منظور هماهنگ‌سازی شاخه‌های مختلف صنایع فرهنگی؛
- ۳- مقررات‌گذاری برای تسهیم منصفانه ارزش بین اجزای زنجیره ارزش در حوزه صنایع خلاق از قبیل اپراتورها و ناشران تولید محتوا.
- راهبرد ۶: ساماندهی، کارآمدسازی و تقویت راهکارهای مالی
- ۱- ایجاد و حمایت از صندوق‌های تأمین مالی و سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر در حوزه فناوری‌های فرهنگی و نرم؛
- ۲- حمایت دولت از تشکیل صندوق‌های حوزه‌های فرهنگی خصوصی با قابلیت ورود به فرابورس و بورس اوراق بهادار؛
- ۳- عطای جوایز صادراتی به تولید کنندگان و صادر کنندگان محصولات فرهنگی بومی و حمایت از آن‌ها با توجه به نتایج صادراتی؛
- ۴- کاهش حقوق ورودی قطعات و مواد اولیه در ساخت و تولید محصولات فرهنگی بومی و افزایش عوارض ورود محصولات فرهنگی خارجی با رعایت تشریفات قانونی؛
- ۵- ایجاد نهادها و زیرساخت‌های سرمایه‌گذاری و مشارکت مردمی در حوزه اجتماعی جهت تأمین مالی جمعی فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی و قوانین و راهکارهای ضمانتی لازم جهت حفاظت از حقوق سرمایه‌گذاران؛
- ۶- حمایت دولت از سرمایه‌گذاری در مسائل اولویت‌دار اجتماعی
- راهبرد ۷: گفتگمانسازی و توسعه مشارکت‌های مردمی به منظور بهبود فضای بازار مصرف صنایع و محصولات فرهنگی بومی و فناوری‌های نرم
- ۱- ایجاد بستر مشارکت‌های مردمی از طریق سازمان‌ها، دستگاه‌ها، سمن‌ها انجمن‌های تخصصی و شبکه‌های مجازی در تولید و عرضه محصولات فرهنگی و مبتنی بر فناوری‌های نرم و بهره‌گیری از ظرفیت های مردمی در رصد و نظارت بر بازار محصولات فرهنگی منطبق با ارزش‌های بومی و رویگردانی از محصولات فرهنگی غیر مجاز؛
- ۲- استفاده از ظرفیت رسانه ملی در تبلیغ، ترویج و فرهنگ‌سازی استفاده از صنایع و محصولات فرهنگی بومی و ترویج مشارکت مردمی در توسعه خدمات مبتنی بر فناوری‌های نرم؛
- ۳- تسهیل بهره‌مندی کسب و کارها و مشاغل فعال در صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم از فضاهای کاری در اختیار بخش عمومی یا دولتی، مانند دانشگاه‌ها، فرهنگ‌سراها و مراکز و کانون‌های فرهنگی برای ارائه خدمات و محصولات بومی؛
- ۴- طراحی بسترهای مشارکت‌های گسترشده مردمی در تشخیص مسائل، نظارت و ارائه راه حل برای آنها؛
- ۵- حمایت از به کارگیری نمادها و محصولات فرهنگی اسلامی - ایرانی در مهد کودک‌ها، مدارس، مراکز تفریحی و مراکز آموزشی و پرورشی کودکان و نوجوانان و اطلاع‌رسانی پیرامون مضرات محصولات غیربومی یا ناهنجار به خانواده‌ها؛
- ۶- معرفی، ترویج، تسهیل و مدیریت فضای کسب و کار و مشاغل فرهنگی بومی برای جوانان به ویژه دانش‌آموزان و دانشجویان؛
- ۷- حمایت از تبلیغات کمپین‌های اطلاع‌رسانی مرتبط با فعالیت‌های نوآوران اجتماعی و ترغیب عموم مردم به مشارکت، در رسانه‌های عمومی و شهری.



معرفی خانه خلاق و نوآوری سیستان و بلوچستان

و گفت و گو با آقای فرید شاهمرادی



خانه خلاق و نوآوری سیستان و بلوچستان
Creative Handcraft House of Sistan & Baluchestan

ساختمان قدیم دادگستری زاهدان از جمله بناهای اولیه شهر زاهدان است این ساختمان در تقاطع خیابان‌های آیت‌الله کفعمی و امام خمینی قرار دارد. تاریخ ساخت این بنای تاریخی به دوره پهلوی اول باز می‌گردد که در دو طبقه احداث شده و در آن شیوه‌های مختلف قوس برای اجرای طاق به کار رفته، دارای سه در ورودی می‌باشد. ساختمان قدیم دادگستری زاهدان از نظر معماری یکی از زیباترین و در عین حال پر تراکم‌ترین حجم فضاهای معماری را در شهر زاهدان به خود اختصاص داده است.



- تکنولوژی نوین و مواد اولیه با کیفیت به این صنعت
- فراهم نمودن امکان توسعه فرهنگ ایرانی از طریق محصولات به تمام نقاط دنیا
- پیوند بین صنایع دستی و دانش روز دنیا برای رونق و توسعه این بخش و رسیدن به جایگاه مناسب در سطح ملی و بین‌المللی
- ایجاد خلاقیت و نوآوری در بخش صنایع دستی
- استفاده از دانش و فناوری نوین در ایجاد محصولات با کیفیت
- توانایی ایجاد شبکه کسب و کار دانش محور در این عرصه
- امکان تولید ارزش افزوده بیشتر با کاربرد فناوری نوین و دانش محور

از جمله اهداف راه اندازی این مرکز می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- ساختار سازی شرکت‌های صنایع دستی با تأکید بر توسعه‌ی بهره‌برداری از توانمندی‌های منابع کارآفرین در زمینه‌ی مزیت‌های نسبی منطقه از طریق توسعه‌ی واحدهای مشاوره و رشد تخصصی
- تقویت رقابت‌پذیری اقتصادی با تأکید بر اولویت‌های سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی.
- ساماندهی نظام تولید صنایع دستی با تأکید بر ایفای نقش مؤثر در فرآیند توسعه‌ی بخش.
- حمایت از تولید کنندگان و طراحان محصولات صنایع خلاق (با محوریت هنر و صنایع دستی) در استان
- حمایت از تعریف استاندارد محصولات این حوزه جهت عرضه در بازارهای داخلی و خارجی
- برند سازی و شبکه سازی
- بهبود کیفی محصولات صنایع دستی به ویژه در حوزه صادرات
- ایجاد زمینه مناسب برای ظهور و حمایت از خلاقیت نیروهای جوان
- پذیرش نوآوران و کمک به ایجاد، پرورش و بقای فعالیت نوآورانه و هدایت آن‌ها به سمت فعالیت‌های گروهی
- فراهم نمودن بستر مناسب جهت ورود

ساختمان دارای زیباترین اجرا در نماهای آجری می‌باشد. از این ساختمان زمانی به عنوان مرکز تثبیت غله استان و پس از آن به عنوان ساختمان دادگستری استفاده می‌شده است. این اثر در تاریخ ۲۰ مهر ۱۳۷۶ با شماره ثبت ۱۹۱۷ به عنوان یکی از آثار ملی ایران به ثبت رسیده است. با توجه طرح‌های معاونت علمی جهت دایر نمودن مکان هایی تحت عنوان خانه‌های خلاق و نوآوری، پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان برآن شد تا با همکاری میراث فرهنگی اولین خانه خلاق صنایع دستی کشور را در این ساختمان دایر نماید که این امر توفیق آمیز بود و در تیر ۱۳۹۹ به بهره برداری رسید.

فعالیت خانه خلاق و نوآوری سیستان و بلوچستان به چه صورت است؟
خانه خلاق و نوآوری صنایع دستی سیستان و بلوچستان در ابتدای امر با تأکید بر بهره‌گیری، تیم سازی و تجاری سازی پتانسیل‌های بومی استان در حوزه‌ی صنایع دستی و فرهنگی با ارائه طرحی از سوی پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان به اداره میراث فرهنگی و حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و با همکاری ستاد توسعه پیش برد.



آیا در حوزه‌ی تخصصی فعالیت می‌کنید؟

بله، تیم‌های فعال مستقر در حوزه‌های صنایع دستی مختص استان سیستان و بلوچستان مشغول فعالیت می‌باشند از جمله فعالیت آن‌ها می‌توان طراحی، تلفیق و تولید محصولات پوشاک، تزئینات و اکسسوری‌های سنتی با بهره گیری از صنایع دستی زیر نام برد:

- سوزن دوزی
- سکه دوزی
- آبینه دوزی
- خامه دوزی سیستان
- چمک دوزی
- سفال

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

این مرکز دارای ظرفیت استقرار ۲۲ شرکت و هسته می‌باشد ، ۱۰۰ درصد فضای این مجموعه مورد استفاده قرار گرفته است.

نحوی پذیرش در خانه خلاق و نوآوری سیستان و بلوچستان به چه صورت انجام می‌شود؟

- از طریق مراجعه به کارشناس جذب و پذیرش
- بیان طرح
- دریافت مشاوره در خصوص طرح
- تکمیل فرم پذیرش مرکز
- ارسال طرح تکمیل شده برای داور تخصصی
- بررسی و اظهار نظر داور در جلسه حضوری
- پذیرش یا رد طرح
- در صورت پذیرش=استقرار

خانه خلاق و نوآوری سیستان و بلوچستان

چه امکان و تجهیزاتی را فراهم کرده است؟

با توجه به اینکه این ساختمان به دلیل ثبت اثر فرهنگی سال‌های متتمدی بدون استفاده بوده است نیازمند بازسازی و بهره گیری از آن در جهت کاربری جدید بوده است (استقرار تیم‌های فعال در حوزه صنایع دستی) لذا در همین زمینه پارک علم فناوری جهت بازسازی اتاق‌ها ، ایجاد کافه هنر، بهسازی فضای باز(حیاط مجموعه) ، برق کشی ، خرید تجهیزات اداری و ... اقدام نموده است.

راه‌های ارتباطی :

وبسایت :

www.ahoog.com

اینستاگرام :

[creativehouse.sb](https://www.instagram.com/creativehouse.sb)

آدرس :

زاهدان - تقاطع خیابان‌های آیت‌الله کفعمی و امام خمینی - خانه خلاق صنایع دستی سیستان و بلوچستان (دادگستری سابق)

تسهیلات حمایتی مناسب برای شرکت‌های

با توجه به اینکه فضای اختصاصی یافته به صنایع دستی در نظر گرفته شود

ایجاد این مرکز یک اثر فرهنگی و زیر نظر تولید محتوا تبلیغاتی قویی از شرکت‌های سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی فعال در خانه‌های خلاق و نوآوری جهت معرفی می‌باشد نمی‌توان به طور حتم در خصوص محصولات انجام گیرد.

برنامه توسعه ای در این مجموعه صحبت کرد ،

اما پیش‌بینی می‌شود با توجه به موفق بودن اجرای این طرح و استقبال از سوی هنرمندان جهت پذیرش و استقرار در این مرکز ، طرح‌های توجیهی جدیدی در خصوص اختصاص فضاهای این چنینی (مانند خانه ملک) جهت احداث خانه‌های خلاق و نوآوری جدید مطرح گردد.

پیشنهاد شما برای حمایت از شرکت‌های

خلاق و خانه‌های خلاق و نوآوری چیست؟

جهت معرفی حمایت‌های اختصاصی به شرکت‌های خلاق شبکه اطلاع رسانی راه اذایر گردد و همه شرکت‌ها در این شبکه عضو گرددند.

جهت برپایی نمایشگاه‌های اختصاصی

مختص شرکت‌های فعال در حوزه صنایع خلاق برنامه‌ای جامع تدوین گردد و به گونه‌ای باشد که شرکت‌ها امکان حضور را داشته باشند.

در جهت دریافت مشاوره‌های تخصصی

اقدام مؤثرتر و عمل‌گرایانه‌ای صورت پذیرد.

پوشش بیمه‌ای مناسبی برای شرکت‌های

فعال در حوزه صنایع دستی در نظر گرفته شود



معرفی خانه خلاق و نوآوری تم

و گفت و گو با آقای مهدی یوسفوندی



خانه خلاق و نوآوری
تم (تجاری‌سازی محتوا)

خانه خلاق و نوآوری تم (تجاری‌سازی محتوا) از دل مجمع ایران نوشت شکل گرفته است. در طول یک دهه فعالیت مجمع ایران نوشت در حوزه تولید نوشت‌افزار با محتوای ایرانی اسلامی، کم کم این نیاز پدید آمد که در سایر حوزه‌های صنایع فرهنگی نیز به سمت توسعه استفاده از محتوای ایرانی حرکت کنیم و در حقیقت صنعت مرچندایزینگ را در محصولات مختلف حول کاراکترها و محتوای ایرانی اسلامی ایجاد کنیم. به همین دلیل خانه خلاق و نوآوری تم با رسالت ایجاد و تقویت شرکت‌های تکمیل‌کننده زنجیره تجاری‌سازی محتوا شکل گرفت.

فعالیت می‌کنیم.

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

"تم" با مساحتی حدوداً ۴۰۰ مترمربع امکان ارائه دفتر کار اختصاصی به ۸ تیم و همچنین فضای کار اشتراکی به ۱۲ نفر را دارد و هم اکنون حدود ۸۰ درصد این فضا مورد استفاده قرار گرفته است.

نحوی پذیرش در خانه خلاق و نوآوری تم به چه صورت انجام می‌شود؟

در صورتی که توانمندی‌ها، سوابق و ایده‌های تیم‌های متقاضی استقرار در خانه خلاق و نوآوری تم با سند سپهر تجاری‌سازی محتوا همخوانی داشته باشد، با تیم‌ها وارد مذاکرات مالی و تعیین اهداف اجرایی و عملیاتی می‌شویم و در صورت توافق قرارداد همکاری منعقد و استقرار صورت می‌پذیرد. در این مسیر ۳ مرحله در نظر گرفته‌ایم. مرحله اول تقریباً همان پذیرش بذری است و حمایت‌های مالی غیرمستقیم پرنسنگ تر است، مرحله دوم سیدمانی است و تا سقف ۳۰۰ میلیون تومان سرمایه‌گذاری می‌کنیم و در مرحله سوم در صورت نیاز فازهای سرمایه



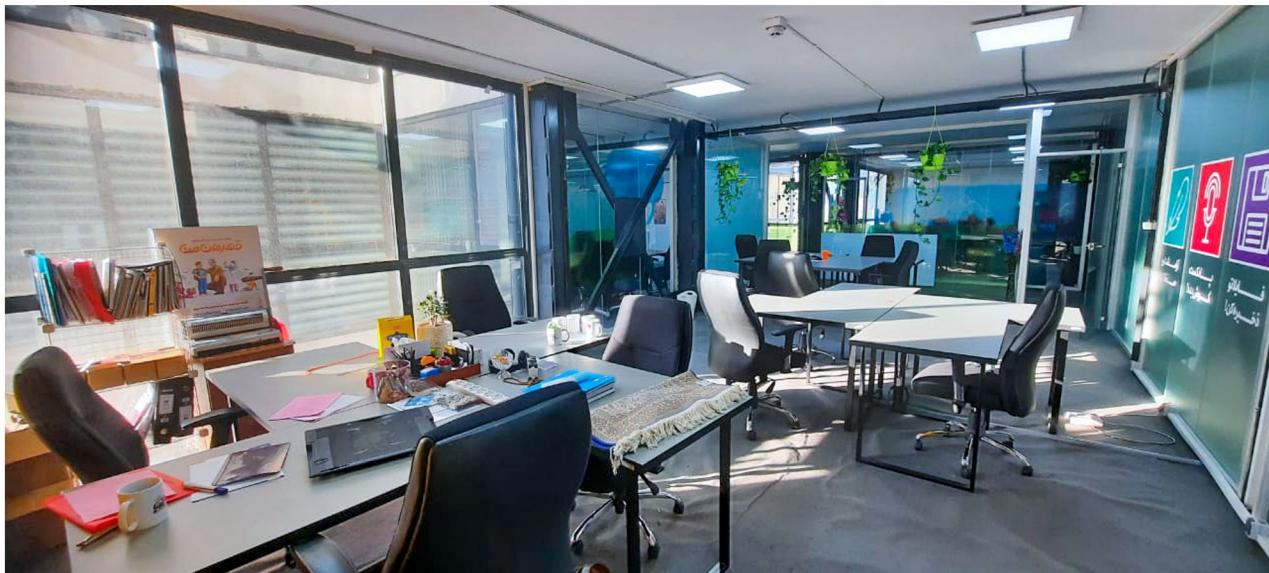
برای اینکه در این مسیر دچار ناموزونی اجرایی نشویم، از قبل یک سند با نام سپهر تجاری‌سازی محتوا طراحی کرده‌ایم که در این سند ۱۴۴ کسب و کار دارای بنج مارک داخلی یا خارجی شناسایی شده‌اند که زنجیره مرچندایز را کامل می‌کنند. اگر نیاز شناسایی شده در بازار قابلیت پاسخگویی توسط یکی از این ۱۴۴ کسب و کار را داشته باشد، در آن صورت اقدام به جذب نیرو برای راه اندازی استارتاپ مربوطه خواهیم کرد.

آیا در حوزه‌ی تخصصی فعالیت می‌کنید؟

بله، به صورت تخصصی در حوزه تکمیل زنجیره ارزش کاراکتر برای کودک و نوجوان

فعالیت خانه خلاق و نوآوری تم به چه صورت است؟

"تم" در حقیقت یک استارتاپ استودیو است. بدین معنا که واحد تحقیقاتی تم با شناسایی ظرفیت‌های بخش‌های مختلف بازار صنایع فرهنگی، اقدام به تطابق آن ظرفیت‌ها با زیرشاخه‌های صنعت مرچندایزینگ می‌کند و در صورتی که ظرفیت موجود در حدی باشد که بتوان یک با چند استارتاپ را درگیر پاسخ‌دهی به نیازهای آن بازار کرد، در آن صورت اقدام به فراخوان نیروهای مستعد و علاقه‌مند جهت راهاندازی استارتاپ‌های آن حوزه می‌کند.



پیشنهاد شما برای حمایت از شرکت‌های خلاق و خانه‌های خلاق و نوآوری چیست؟
ابتدا رتبه‌بندی دقیق و شفاف خانه‌ها و شرکت‌های خلاق و سپس تخصیص منابع مالی و غیرمالی مطابق با رتبه‌بندی.

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

امکانات اداری معمول، زیر ساخت شبکه و اینترنت مناسب، فضاهای اختصاصی، اتاق جلسه، کافی‌شاپ، تراس و فضای باز و نظایر آن، به گونه‌ای که تیم‌ها با سلایق مختلف بتوانند استفاده لازم را ببرند.

برنامه‌های توسعه ای شما برای آینده چیست؟

در حال ایجاد یک ساختار توسعه بازار محصولات فرهنگی به صورت ۳۶۰ درجه هستیم تا هر تیمی که به خانه خلاق و نوآوری تم وارد شد، بخش مهمی از بازار محصولات و خدمات خود را از طریق این ساختار پوشش دهد و نگرانی باست ورود به بازار نداشته باشد.

گذاری مجدد پیش‌بینی شده است که بسته به نیاز استارت‌اپ تعریف می‌شود.

بزرگ‌ترین چالشی که تجربه کرده‌اید چه بوده است؟

عدم تطابق توانایی‌های تیم‌ها با واقعیت های روی زمین همواره بزرگ‌ترین چالش است که منجر به کفایت می‌شود. به همین خاطر همیشه تعداد زیادی از تیم‌ها در همان مراحل اولیه بدزی که در حقیقت مرحله تطابق و هماهنگی است، ریزش پیدا می‌کنند. این مرحله عموماً منجر به هزینه‌های غیرقابل برگشت برای تم می‌شود. چالش بعدی کم بودن منابع مالی تم است. چرا که تم کاملاً خصوصی است و همواره بین منابع محدود و ایده‌های بزرگ تقابل به وجود می‌آید.

راه‌های ارتباطی:

وبسایت:

www.tem.house

اینستاگرام:

tem_house

آدرس:

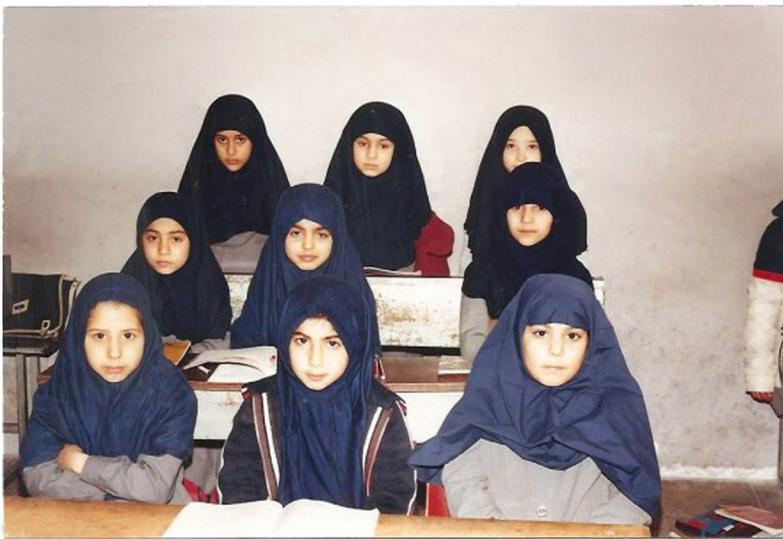
تهران، خیابان آزادی، روبروی تقاطع قریب، پلاک ۱۳۴، برج نوآوری قریب، طبقه ۵





داستان زندگی شاد زیستن

(قسمت اول)



مراقبت دارد. در احادیشی نیز آمده است که کودک را در این ۷ سال اول کاملاً آزاد بگذارید که بازی کند تا از نظر جسمی و روانی به رشد لازم برسد.

ما بچه های زبان هم یک مثل داریم: Aristotle said: Give me a child until he is 7 and I will show you the man. شما به من یک پسر بچه ۷ ساله رو نشون بدہ تا بہت بگم تو ۷۰ سالگی چطور مردیه... رفته ام اروپا، مدرسه و مهدهاشان را دیدیم، مهدهای بالا شهر و پایین شهر و شمال و جنوب و شرق و غرب و دیدیم. کتاب های به روز ایران و آمریکا و اروپا و آسیا رو جمع کردیم. باید هدفمنو و پخته می کردیم تا به یک خط فکری واحد می رسیدیم.

هدف ما آموزش مهارت زندگی کردن به بچه هاست و حتی قدممون رو یک پله بالاتر گذاشتیم. مهارت لذت بردن از زندگی. نه روزمرگی و نه روزمرگی بله لذت بردن از زندگی.

بچه هامون جلو چشمان قد کشیدن، حالا دیگه قصه، قصه اونها بود، آدم شاید از خودش بگذره اما از بچه اش نمیگذرد. این بود که آستین بالا زدیم، از همین بچه های دهه شصت نشستیم دور هم و به این نتیجه رسیدیم که آموزش که تا ته خط را پیش رفته، ما می توانیم برای پرورش بچه هایمان چه کار کنیم، مهد کودک های بالای شهر ارتفاع موکتها را زیاد کردند و پایه های صندلی بچه ها رو کوتاه تر کردند و رنگی؛ اما اینها مسکن بودند و گذرا. بیشتر شاید شبیه یک شو تبلیغاتی بودند تا خدمات واقعی آموزش.

کار باید از اساس درست می شد. باید از پایه کار می کردیم. رفتیم سراغ بچه های ۳ تا ۷ سال. همون موقع که مزرعه وجودشان آماده پاشیدن بذر است. به قول حضرت امیر: فرزندت در ۷ سال اول همانند ریحان و گل خوش بوی تو است. ریحان در عین لطافت و ظرافت و خوشبویی برای پدر و مادر نیاز به مواظیبت و

قصه ما از یک درد مشترک شروع شد. درد مشترک همه همسنلی هایمان. همه بچه های ۶۰ دهه. بچه های دهه شصتی که بچه های دفتر و کتاب های قدیمی بودند. دفتر کتاب های کوپنی که پشت همسنون نوشته شده بود تعلیم و تعلم عبادت است. برای ما دهه شصتی ها که بچه های جنگ بودیم و دفاع مقدس. کلمه عبادت مقدس بود؛ و قداست تو نسل ما یعنی یک حرف، یک روش، یک کلام ولاعیغیر. جای حرفری نبود. تعلیم و تعلمی که زیر چتر آموزش بود و پرورش. ماهما بزرگ شدیم. مادر شدیم. پدر شدیم. کم کم نان آور خونه شدیم و هر کدام یک جای سکان کشته ایران رو به دست گرفتیم. کارها پیش می رفت. هممون دانشگاه رفته بودیم و به اصطلاح بلد کار، اما نمیدونم چرا کارها کیفیت نداشت، یک جای کارها میلنگید، هممون اینو تو خلوت خودمون می دونستیم، توی کار فهمیده بودیم که ماما آموزش دیدیم اما پرورش همون در حد یک لغت بالای سر در اداره ها مونده بود، هم پرورش جسمیمیون، هم پرورش رو حیمون در کنار آموزش، یک جاها یی از ذهنمون پرورش کامل پیدا نکرده بود، به مشکل که بر می خوردیم ذهنمون قدرت درست حل مسئله رو نداشت، یا شونه خالی می کردیم و بی خیال رد می شدیم، می گفتیم اصلاً به ما چه، کارها خودش پیش میره یا انگشت اتهام و به سمت دیگری می گرفتیم، تو تکروی ها خوب بودیم، اما کار که به همکاری می رسید و تعامل با دیگری رنگ می باختیم، نسلی شده بودیم همه دکتر و مهندس اما تک بعدی، اما آخه مملکت تازه رو پا شده بود، هر کس که یک شغل داشت باید انجامش میداد، وقت پرسیدن و تأمل تو این موارد نبود، شاخ غول بزرگ کنکور رو شکسته بودیم، حالا وقت کیفور شدن بود نه این جور سؤال ها، روزها گذشت و



از این کودکان ۳ ساله یک جا و در یک کلاس سرو کار دارند و در کمتر از ۳ دقیقه همه لباس پوشیده جلوی در آماده رفتن به زمین بازی اند؟ به راستی راز آن چیست؟ شاید باید شاید باید باور کرد که علت در بخورانها فقط مربی بودن است! البته مسلماً این تنہ دلیل نیست. مدرسین مهد ها از تمام تر فندهایی که تجربه سالیان کار کردن با کودکانی را در این سن در چالش است . در آموزش به آنها کمک میگیرند تا کلاسی مفید داشته باشد و از طرفی محیط کاری را برای خود لذت بخش تر کنند.

ادامه دارد.

نویسنده:
آمنه نیافرود - راهله عطارد

مهارت فکر کردن؛ فکرت کردن پایه‌ای (base) که به درد بچه های ۳ تا ۷ سال می‌خورد و بذری هست که میکاریم تا بچه های امروز و آدم بزرگ های بعدی آماده مهارت های فکری بالاتر بشوند problem solving ، قدرت حل مسئله.

حالا باید فکر می‌کردیم که چطور این همه اهداف قلمبه سلمبه دنیای آینده بچه هایمان، بشود بازی ها و لقمه های کوچک قابل هضم خوشمزه واسه بچه های ۳ تا ۷ ساله الانمون.

و این شد که قصه سی تری شروع شد... از آنجا که عدد ۷ همیشه در فرهنگ و آئین اسلامی ایران عدد مقدسی به شماره می‌آمده در طی سال های اخیر تلاش در برداشتند قدمهای بزرگی در حوزه تدریس زبان انگلیسی، زبان آموزان ۲ تا ۷ سال داشته سعی کرده که این مقاله به ۷ راز برتر آموزش به کودکان که نتیجه تحقیق و تجربه کار این مؤسسه در طول این سال ها است اشاره دارد.

۷ راز برتر مدرسین پیش دبستانی:
حتماً به عنوان یک مادر تجربه کلنجر رفتن ده دقیقه‌ای برای پوشاندن لباس ۳ ساله‌تان را دارید؛ اما چه می‌شود که مربی مهد در حالی که با ده تا

به این فکر کردیم که یک انسان برای اینکه شاد زندگی کند باید چه مهارت هایی داشته باشد.

مهارت زبان(گفتگو): اینکه بتونیم درست حرف بنزیم، مهارت های ذهنی؛ آگاهی از ذهن خود آگاه و ناخود آگاه، قوه استدلال، قدرت اراده، قوه حافظه، قوه درک، قدرت تخیل، قوه شهود

مهارت های حرکتی؛ تبلی و تن پروری مانع شادی آدم ها می شد،

مهارت های اجتماعی؛ این که آدم ها بتونن با هم کار کنن، وسط زمین بازی توپ و به هم پاس بدنهند برای رسیدن به یکنتیجه مطلوب واسه کل جامعه، این که آدم ها به حرف های هم، اعتقادات هم، به تفاوت ها احترام بگذارند، آخ که دنیا چه بهشتی می شد،

مهارت های مذهبی؛ آدم ها باید به ذات خودشان برگردند، قرآن ها از سر طاقچه ها باید پایین می آمد، جاری می شد در دل زندگی هایمان، مهارت های ریاضی یا شاید فضایی؛ این که منطق داشته باشیم، دو تاییمان چهار تا بشود، باید که جای خودمان را در این دنیا بدانیم، بدانیم کجا این دنیا ایستادیم و در نهایت، به قول انگلیسی ها

Last but not the least



تربیون اول این شماره اختصاص دارد به معرفی شرکت نمو کودکان ایرانیان (نموبال) طراح فرآیندهای آموزشی مهارتی برای دانش آموزان و گفتگو با آقای محمد رضا بیاتی



فعالیت ما به نوعی از سال ۱۳۹۰ در شهرستان خاش استان سیستان و بلوچستان شروع شد. در آن زمان همراه گروهی از خیرین به این شهرستان سفر کرده بودیم. مشاهدهی نقصان آموزشی - فرهنگی کودکان این منطقه در کنار کمبود سایر امکانات، بسیار دردآور بود. تصمیم گرفتیم با توجه به تخصص و تجربه تیم مان برای کودکان آن منطقه و بهبود شرایط آموزشی آنها قدم مؤثر و ماندگاری برداریم؛ برای شروع نیاز به شناخت دقیق و عملیاتی از منطقه داشتیم، برگزاری جشنواره‌ی بازی بهصورت منظم و هدفمند، قدم اول ما برای برنامه‌سازی بود که به لطف خدا این تجربه بسیار موفق، زمینه سازِ شکل‌گیری برنامه‌های بلندمدت بعدی شد.



اولیه در چندین مدرسه در تهران، به مرحله اجرا در شهرستان رسید. زمان اجرای این پروژه، سه هفته در نظر گرفته شد؛ ابتدا طی چندین کارگاه، چشم‌انداز این رویکرد آموزشی و سطح دانش فنی آن برای راهبران آموزشی تبیین شد و سپس روش پیاده سازی و استفاده از این محصول به راهبران آموزشی، انتقال داده شد. سرانجام؛ تمامی مراحل عملیاتی پروژه توسط راهبران آموزشی منطقه، اجرا و با نظارت فنی نموبال در طول کار، با موفقیت به پایان رسید.

غلط داشتنند و تنها ۲۰٪ از دانش آموزان دیکته ای بدون غلط نوشته بودند. «تیم تولید» نموبال برای طراحی «محصولی آموزشی» جهت حل این مسئله، با چند چالش مواجه بود که مهم ترین آن، پراکندگی بسیار زیاد مدارس روستایی در جغرافیای این شهرستان بود به طوری که فاصله اولین و آخرین مدرسه بیش از ۶۵۰ کیلومتر در دل بیابان‌ها بود. چالش بعدی نیز ضعف دانش مربیان بومی بود.

محصول طراحی شد و پس از انجام تست‌های

فعالیت سال بعد، با هدف آشنازی مردمی با روش‌های نوین آموزشی، آغاز شد و اساتید مجري بی از تهران در این پروژه حضور پیدا کردند. بعد از گذشت سه سال فعالیت میدانی مستمر و برنامه‌سازی‌های گوناگون و مشاهدهی ظرفیت‌های بومی شهرستان؛ تیم نموبال تصمیم به طراحی و تولید محصولاتی گرفت که در عین دارا بودن بالاترین سطح از تکنولوژی آموزشی، با شرایط بومی منطبق و قابلیت انتقال مفاهیم آموزشی بهصورت ساده و دقیق را داشته باشد.

در ادامه با توجه به سابقه فعالیت‌ها و اعتماد سازی‌های صورت گرفته، این بار، مسئولین آموزش و پرورش منطقه با در میان گذاشتن یکی از چالش‌های آموزشی خود، تقاضای همکاری در جهت حل مشکل موجود را مطرح کردند.

چالش عنوان شده؛ ضعف شدید دانش آموزان مقطع دبستان در فارسی نوشتاری یا همان (الماء) بود. طبق آمار و بررسی‌های مرکز اختلال یادگیری، ۲۵٪ دانش آموزان کلاس دوم در یک املای دو پاراگرافی بیش از ۱۰



در واقع ۱۰ الی ۱۵ مدرسه، تحت تأثیر سیستم آموزشی قرار می‌گیرند.

مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟

چه بازخوردهایی تاکنون از آن‌ها داشته‌اید؟

می‌توان گفت مخاطبین نموال به صورت مستقیم، کودکان و دانش آموزان با رده سنی ۷ تا ۱۲ سال و به صورت غیر مستقیم خانواده‌ها، معلمان، مدیران مدارس و مؤسسات و بنیادهای آموزشی هستند.

بر اساس گزارش‌ها مستند از سال ۹۲ تاکنون از مخاطبینی که شامل معاونین آموزشی، مدیران مدارس، معلمن، والدین دانش آموزان، خود دانش آموزان و همچنین متخصصین حوزه آموزش تهیه شده، میزان رضایت قابل قبول و بسیار امیدوار کننده بوده.

در پژوهش‌های طراحی‌شده برای مناطق کم آموزشی قرار می‌گیرند.

برخوردار چه تمایز یا نوآوری‌هایی با سایر روش‌ها و خدمات آموزشی وجود دارد؟

در حال حاضر و بعد از سال‌ها فعالیت مستمر نموال در مدل تولیدی خود ۲ نوآوری به کار برده:

در فضای آموزشی مناطق کم برخوردار، نموال یک، استفاده از محصول موفق به طراحی برنامه درسی ویژه این مناطق دو، آموزش راهبران یا مریان آموزشی شده و قصد دارد از سال آینده، آن را وارد فاز روش‌های آموزشی موجود، اکثرًا بر مبنای آموزش مستقیم کتاب درسی و نهایتاً خلاقیت فردی اجرای نماید.

چه پتانسیل‌ها و فرصت‌هایی در حوزه کودکان و نوجوانان دیدید که سراغ این کار آمدید؟

«کودک» ارزشمندترین کلیدواژه این کسب و شود. به این معنی که هر معلم با هر سطح کار است. ما معتقدیم آینده‌ی هر جامعه توسط تواند از این محصولات استفاده کند، در کودکان آن، ساخته می‌شود. برای پیشرفت و واقع بار آموزشی از معلم به «محصول» منتقل رسیدن به توسعه پایدار، ضروری است بر شده است. دو مین نوآوری، آموزش راهبران فضای آموزشی و تربیتی کودکان تمرکز کنیم. و آموزشی است؛ هر راهبر، ۱۰ الی ۱۵ مدرسه در نکته طلایی در این مهم، اهمیت شیوه‌ی اختیار دارد و به این ترتیب، با آموزش هر کدام، آموزشی و تقدم آن بر محتوای آموزشی است که نقطه اثر به حساب می‌آید.

یک معرفی کلی از خدمتی که ارائه می‌کنید بفرمایید.

نموا؛ شرکتی خلاق متمرکز بر حوزه آموزش است که از سال ۱۳۹۰ به صورت تخصصی برای کودکان ۷ تا ۱۲ سال، محصولات و فرآیندهای آموزشی، طراحی و تولید و اجرا نماید.

تخصص اصلی نموا، تولید محصول با رویکرد تلفیقی برای انتقال مفاهیم اصلی آموزشی است که نوع جدیدی از تکنولوژی آموزشی شناخته می‌شود. تولید بیش از ۸۵ محصول-پروژه تخصصی، از دست آوردهای نموا در طول ده سال گذشته است.

با اتمام پروژه؛ وضعیت درست نویسی دانش آموزان مجددًا توسط مرکز اختلال یادگیری مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت؛ نتیجه حیرت انگیز بود! تعداد دانش آموزانی که بدون غلط بودند از ۲۰٪ به بیش از ۴۰٪ افزایش پیدا کرده بود و تعداد آن‌هایی که بیش از ۱۰ غلط داشتند از ۲۵٪ به کمتر از ۱۰٪ رسیده بود.

مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت؛ نتیجه حیرت انگیز بود! تعداد دانش آموزانی که بدون غلط بودند از ۲۰٪ به بیش از ۴۰٪ افزایش پیدا کرده بود و تعداد آن‌هایی که بیش از ۱۰ غلط داشتند از ۲۵٪ به کمتر از ۱۰٪ رسیده بود.

بعد از اجرای این پروژه، محصولات دیگری نیز با جهت گیری مشابه در زمینه مفاهیم آموزشی توسط مجموعه نموا، تولید و اجرا شد.





آموزشی، عدم احساس نیاز بعضی متصدیان این حوزه و تأکید بر روش‌های کم بازده سنتی با بهره‌وری پایین از جمله مشکلات اصلی هستند. شوربختانه، بیشترین مقاومت نیز از ناحیه ادارات دولتی بوده که پایین ترین سطح نیاز به صنایع خلاق را در مجموعه‌های خود احساس می‌کنند. لذا کم اعتباری و کم اطلاعی از نوآوری‌های شرکت‌های خلاق در این حوزه، از مشکلات مهم حوزه آموزش است.



پیشنهاد شما برای کسانی که قصد ورود به این حوزه کسب و کار را دارند چیست؟
پیشنهاد بنده به افرادی که قصد ورود به این حوزه را دارند این است که عمق استراتژیک و اهمیت آموزش و تربیت نسل کودک را درکرده و اهداف عمیق‌تری را دنبال نمایند تا به وسیله آن کمبودهای بنیادینی از جامعه مرتفع شود.

این فضای، به هیچ عنوان برای کسب یک درآمد آنی و کوتاه مدت مناسب نیست. کسب و کارهای طالب این حوزه می‌بایست در نظر

«**کودک**» ارزشمندترین کلیدوازه‌ی این کسب و کار است. ما معتقدیم آینده‌ی هر جامعه توسط کودکان آن، ساخته می‌شود. برای پیشرفت و رسیدن به توسعه پایدار، ضروری است بر فضای آموزشی و تربیتی کودکان تمرکز کنیم. و نکته طلایی در این مهم، اهمیت شیوه‌ی آموزشی و تقدم آن بر محتوای آموزشی است که نقطه اثر به حساب می‌آید.

مشهد و ایلام، همراه با رضایتمندی دانش آموزان و متولیان مدارس از افتخارات نموی باشمار می‌آید. دریافت مجوز و تأییدیه‌های گوناگون از کانون پژوهش فکری کودکان و نوجوانان، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش و پرورش و هم چنین معرفی نموی به عنوان تهیه‌کننده ارشد فرهنگی از سوی معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری و دریافت گواهی شرکت خلاق از این معاونت، از دیگر موفقیت‌های نموی بشمار می‌آید.

چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب و کار شما بوده و یا هم چنان هست؟
بزرگ‌ترین مانع در این مسیر، نبود تصویری روشن از نتایج حاصله از آموزش سنتی و تفاوت آن با رویکردهای نوین آموزشی است. عدم آگاهی عمومی جامعه از روش‌های نوین

برای آینده نموی چه برنامه‌ای دارد؟

برنامه‌ی ویژه ما، یعنی برنامه درسی مناطق کم برخوردار، با هدف بهبود وضعیت تحصیلی و کاهش بازماندگان از تحصیل در مناطق کم برخوردار طراحی شده و چون این مدل آموزش‌های ارزان و با کیفیت، نیاز ضروری بسیاری از کشورهای در حال توسعه است، به همین خاطر پتانسیل صادرات نیز دارد. در واقع پس از گسترش این برنامه آموزشی در مناطق مختلف ایران می‌توان آن را برای دانش آموزان کم برخوردار کشورهای کمتر توسعه‌یافته مانند پاکستان، هند، افغانستان، عراق و تاجیکستان و سوریه نیز بازطراحی و پیاده‌سازی نمود. در این راستا گام‌های مؤثّری تا کنون به همین دلیل، ما معتقدیم این کسب و کار آموزشی، قابلیت رشد و صادرات و ارزآوری نیز دارد.

چه موفقیت‌هایی یا تجربیات موفقی با این خدمت به دست آورده اید؟

مجموعه‌ی ما، تجربه‌ی همکاری و فروش محصولات و همین‌طور طراحی پروژه‌های اختصاصی برای بسیاری از مجموعه‌های داخلی و خارجی را در کارنامه خود دارد؛ طراحی ۹ پروژه‌ی بین‌المللی برای مراکز گوناگون در اقصی نقاط جهان از جمله دانمارک، آلمان، کانادا، انگلستان و... بخشی از دست آوردهای نموی در این سال‌ها بوده است. علاوه بر این، عقد قراردادهای بلند مدت با مدارس برتر در تهران، همدان،



به زنجیره آموزش کشور کمک می‌نمایند که این از جمله وظایف تکلیفی ایشان در بهبود فضای یادگیری معلمان و دانش آموزان است.

نوبال گسترهٔ فعالیت‌های خود را در خارج از مرزها توسعه داد است؛ استقبال اساتید و معلمان با رویکردهای مختلف آموزشی از سایر نقاط دنیا چون اتریش، آلمان، افغانستان، کانادا، الجزایر، نروژ و... از دانش فنی طراحی فرآیندهای آموزشی، منجر به اشتراک‌گذاری تجارب حرفه‌ای اساتید و معلمان این حوزه گردید. ”

داشته باشند که برای اثربخشی و موفقیت، راهی به جز کار سازمانی و فعالیت‌های تیمی ندارند! باور داشتن به این اصل، جزء شروط رسیدن به موفقیت است. همچنین در کنار کار تیمی، مبنای کار خود را حفظ کیفیت تحت هر شرایطی قرار داده و البته برای حفظ کیفیت، نیاز به بازخورد گیری مستمر از مشتری است.

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

از آن جهت که خلاقیت، همبستگی زیادی به اثر بخشی و کارایی و بهره‌وری سیستم دارد، لذا همکاری نهادها و بخش‌های علمی کشور از جمله دانشگاه‌ها به ویژه دانشکده‌های علوم پایه (دانشگاه تربیت دبیر دانشگاه شهید رجایی، دانشگاه فرهنگیان و پژوهشکده آموزش و پژوهش) نقش مهمی در رشد صنایع خلاق آموزشی خواهند داشت؛ چرا که با سنجش میزان اثر بخشی محصولات و خدمات نوآورانه،



سایت:
www.nemovbal.ir

ایнстاستاگرام:
ayandenegar.studio



فرمول برنامه‌ریزی



نویسنده: دیمون زاهاریادس
متوجهان: امیربیویا چراغی، ژاله بهادری
ناشر: نشر نوین

دیمون زاهاریادس در کتاب، به شما نشان می‌دهد که چگونه کارهایتان را مدیریت کنید و برنامه‌هایی بنویسید که کمک کنند مهم‌ترین کارهای را به انجام برسانید. این تک مهارت منجر خواهد شد تا بیشتر استرس‌تان از بین برود.

میلیون‌ها نفر از برنامه‌هایی استفاده می‌کنند که منجر به ناکامی‌شان می‌شود. آن‌ها هرچقدر هم که سخت کوش باشند، در پایان هر روز، فهرست بلند بالایی از کارها و وظایف ناتمام برایشان باقی می‌ماند.

احتمالاً بر حسب تجربه با این موضوع برخورد کرده باشید. اگر شما هم مانند بیشتر مردم برنامه‌ریزی می‌کنید، برنامه‌هایتان مطمئناً کار خود را به درستی انجام نمی‌دهند. در نتیجه روحیه خود را از دست داده و عصبی می‌شویید. خبر خوب این است که راه حل ساده ای وجود دارد: به کارگیری رویکردی که به طور منحصر به فردی برای کمک به ساماندهی، مدیریت، و انجام به موقع تمام کارها و مسؤولیت‌هایتان، طراحی شده است.

در کتاب فرمول برنامه‌ریزی، می‌خوانید:

- ۸ دلیل اینکه چرا در انجام فهرست کارهای روزانه خود شکست می‌خورید.

- ۱۰ مورد از مشهورترین سیستم‌های برنامه‌ریزی (و نقاط ضعف آنها).

- آموزش قدم به قدم ایجاد یک برنامه کامل.

- چگونگی حفظ سیستم برنامه‌ریزی خود.

- نقاط قوت و نقاط ضعف برنامه‌های کاغذی و آنلاین.

و ...

خرید کتاب از وبسایت:
www.ketabrah.ir

مهم‌ها را بسنجید

شماره یک پرفروش‌ترین‌ها نیوپورت تایمز



را بسنجید

چگونه گوگل، بیونو و پیناد گیتس توسعه دادند

با اوکی آر (OKR) خدا را متتحول کنند

جان دوئر

با مقدمه‌ای از لری بچ

محمد‌مهدی محسنی

نویسنده: جان دوئر
متوجه: محمد‌مهدی محسنی
ناشر: نشر نوین

این کتاب درباره توانایی شرکت‌های بزرگی مانند گوگل، بیونو و پیناد گیتس است که توانستند با اوکی آر (OKR) دنیا را متتحول کنند. جان دوئر در این اثر نشان می‌دهد که سیستم «اهداف و دستاوردهای کلیدی (OKR)» چگونه به غول‌های تکنولوژی (از اینتل گرفته تا گوگل و توتیتر و ...) کمک کرده است تا به رشدی سریع و پایدار دست یابند. او حرکت انقلابی پشت این رشد های انفحاری را نشان می‌دهد. همچنین نشان می‌دهد که این سیستم چگونه می‌تواند به سایر شرکت‌ها هم کمک کند.

اوکی آر فرایندی ساده است که سازمان‌های مختلف را به جلو می‌راند. اوکی آر شفافیت زیادی به رهبران در یک سازمان می‌دهد. همچنین یک راه مؤثر برای تلاش کردن در اختیار می‌گذارد.

(اوکی آر) مخفف اهداف و نتایج کلیدی (Objectives and Key Results) است.

نوعی پروتکل هدف‌گذاری مشارکتی برای شرکت‌ها، تیم‌ها و افراد.

در این سیستم هدف‌گذاری، اهداف عینی (O - Objectives) بیانگر چیزهایی که است که قصد دستیابی به آن‌ها را داریم و دستاوردهای کلیدی (Key - KR) هم مشخص کننده این است که چگونه می‌توانیم با اقداماتی مشخص و قابل اندازه‌گیری و در یک زمان‌بندی مشخص، به آن اهداف برسیم. در این سیستم، اهداف همه افراد، از کارکنان عادی تا مدیر عامل، برای کل سازمان مشخص است.

این کتاب هم دو بخش دارد. بخش اول اصلی‌ترین ویژگیهای این سیستم و نقش آن را در اجرای عالی ایده‌ها و افزایش رضایتمندی در محیط کار بررسی می‌کند. ابتدا داستان شکل‌گیری اوکی آر را در اینتل مطرح می‌کنیم. من در اینتل به یکی از طرفداران متعصب اوکی آر تبدیل شدم. سپس چهار «ابرقدرت» اوکی آر مطرح خواهد شد: تمرکز، همسوسازی، رهگیری و چالش‌پذیری.

در این سیستم هدف‌گذاری (با به تعابیری «هدف چینی»)، اهداف عینی (O - Objectives) بیانگر چیزهایی که است که قصد دستیابی به آن‌ها را داریم و دستاوردهای کلیدی (KR - Key Results) هم مشخص کننده این است که چگونه با اقداماتی مشخص و قابل اندازه‌گیری، و در یک زمان‌بندی مشخص، به آن اهداف با اولویت بالا برسیم. در این سیستم، اهداف همه افراد، از کارکنان عادی تا مدیر عامل، برای کل سازمان مشخص است.

خرید کتاب از وبسایت:

nashrenovin.ir

دوست‌داشتنی

دوست‌داشتنی

کتاب صوتی هنر خوب زندگی کردن

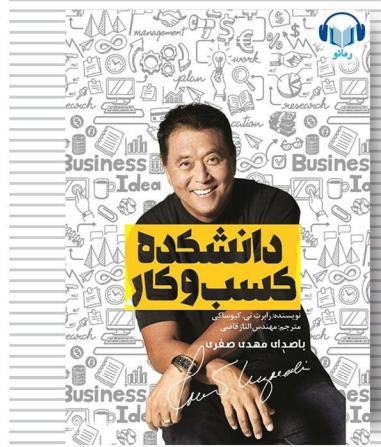
| نویسنده: رابرت کیوساکی

| مترجم: الناز قاضی

| ناشر صوتی: انتشارات رمانو

بازاریابی شبکه‌ای یکی از شیوه‌های نوین بازاریابی در کسب‌وکارهای گوناگون است و برای آنکه بتوان با فوت و فن‌های آن آشنا شد و بهترین انتخاب‌ها و عملکردها را داشت، بهتر است با تجربیات و دانش افرادی نظیر رابرت کیوساکی آشنا شد تا به یک تجارت رویایی دست پیدا کرد.

کتاب دانشکده کسب و کار (The Business School) هشت ارزش اصلی در زمینه تجارت و پول درآوردن را به شما می‌آموزد تا بتوانید به کمک آن ثروتی عظیم برای خود ایجاد کنید؛ البته یادتان نرود هر فردی که علاقه قلبی به حوزه بازاریابی شبکه‌ای دارد و از اراده و پشتکار بالایی نیز برخوردار است، می‌تواند در این حوزه به موفقیت برسد.



این کتاب که یکی از آثار مجموعه پدر پولدار به حساب می‌آید، به خوبی این شکل از کسب‌وکار و تجارت را به شما آموختش می‌دهد تا بتوانید فرصت‌ها و ارزش‌های جدیدی خلق کنید و یاد بگیرید که یک فروشنده و مدیر برجسته باشید. درواقع کیوساکی با الگو گرفتن از مربی خود یعنی پدر پولدار، جوانب گوناگون این پدیده‌ی جدید در عرصه فروش و بازاریابی را برایتان شرح می‌دهد.

از نکات مفید و آموزشی کتاب دانشکده کسب و کار می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- کار کردن در یک موسسه حرفه‌ای در زمینه بازاریابی شبکه‌ای
- گذراندن دوره‌های آموزشی همین موسسه و شرکت
- عبور از مراحل و فرآیندهای پنج ساله بازاریابی شبکه‌ای
- ساخت یک شبکه و تیم خوب و توانمند
- دوری کردن از افراد منفی و عبور از مشکلات و موانع
- ...

www.fidibo.com دریافت و شنیدن :

از صفر شروع کن

| نویسنده: دن مکس ول

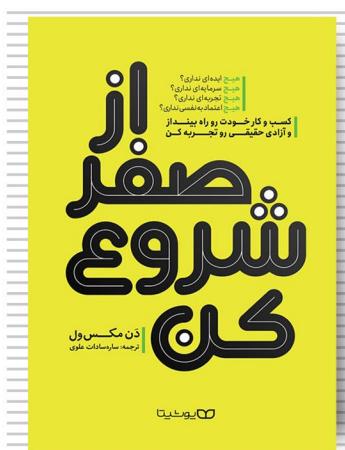
| مترجم: ساره‌سادات علوی

| ناشر: انتشارات یوشیتا

هیچ سرمایه‌ای ندارید اما می‌خواهید کسب‌وکار خودتان را راه بیندازید؟ اصلاً نگران نباشید! دن مکس ول در کتاب از صفر شروع کن به شما راهکارهایی را نشان می‌دهد که کارآفرینان و میلیاردرهای فعلی قبل از سی سالگی در پیش گرفته‌اند و اکنون در جایگاه موفقیت نشسته‌اند. موفقیت در تزدیکی شماست، تنها باید در مسیر درست حرکت کنید.

بیشتر مردم فکر می‌کنند که برای راهاندازی یک کسب و کار باید باهوش، نابغه، خوش‌شانس یا به هر طریقی غیرعادی و متمایزتر از دیگران باشید، دن مکس ول این‌طور فکر نمی‌کند؛ او این باور را لابه‌لای صفحات کتاب از ذهن‌تان بیرون می‌کشد و جایش را با مهارت‌های آموختنی، و نه ارثی و خدادادی، برای کارآفرین شدن پر می‌کند. بعد که کتاب را می‌بندید، می‌بینید که شاید نابغه و غیرعادی نباشید، اما ایده ساخت تجارت‌تان و راه عملی کردن آن را پیدا کرده‌اید و چه بسا، اگر پشتکار و جدیت داشته‌اید، نیم بیشتر راه‌تان را هم رفته‌اید.

بیشتر مردم فکر می‌کنند که برای راهاندازی یک کسب‌وکار باید میزان زیادی پول و سرمایه داشته باشند، دن مکس ول این‌طور فکر نمی‌کند؛ اصل شماره یک اوین است که اول بفروشید و بعد بسازید. این را هم لابه‌لای صفحات کتاب جایگرین باور غلط قبلی‌تان می‌کند. برای تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق، کافی است این چند صفحه کتاب را همراهی اش کنید.



خرید کتاب از وب سایت :
www.taaghche.com



نقش کوچینگ در توسعه کسب و کارها

لغت کوچ (coach) یا مربی، ابتدا در محیط ورزش به کار رفته، سپس در محیط‌های آموزشی و پس از آن‌ها در سایر محیط‌ها از جمله سازمان‌ها، مطرح شده‌است. کوچینگ (coaching) یا مربی‌گری فقط مختص ورزش نیست، بلکه ابزاری برای کمک به افراد و سازمان‌ها در کسب نتایج بهتر در زمینه‌های متعدد زندگی و کسب و کار است. کوچینگ یک علم میان‌رشته‌ای است که می‌توان آن را این‌گونه تعبیر کرد: هنر بهسازی عملکرد دیگران.

است بهطوری که سازمان‌ها و کارکنان شان به کوچینگ توجه زیاد کرده‌اند و منابع مادی، مالی

ترین منبع برای صاحبان کسب و کار به حساب می‌آید.



وانسانی زیادی را در آن سرمایه‌گذاری می‌کنند. امروزه اغلب شرکت‌های برتر و پیشرو دنیا، کوچینگ را به اشکال مختلف برای کارکنان شان فراهم می‌کنند. سازمان‌هایی مانند ناسا، وودافون، ولوو و کوکاکولا از جمله شرکت‌ها و سازمان‌هایی هستند که کوچینگ را در فعالیت‌های آموزش نیروی انسانی خود قرار داده‌اند.

وقتی در نقش یک کوچ، مدیریت می‌کنید در واقع کمتر مدیریت می‌کنید. امروزه قوی‌ترین کسب و کارها، آن‌هایی هستند که توسط رهبرانی هدایت می‌شوند که یا سبک کوچینگ را دارند یا از همراهی یک کوچ سود می‌برند.

کوچینگ خوب، همه‌چیز را آسان می‌کند مدیرانی که روش کوچینگ را برای هدایت اعضای گروه خود به کار می‌گیرند در واقع آن‌ها را تشویق می‌کنند که با انجام کارهای چالش برانگیز به تجربیات خود بیفزایند.

کوچینگ، روشی مؤثر جهت ارتقاء یادگیری است که می‌تواند بر سود و زیان سازمان‌ها و کسب و کارها تأثیر مثبت داشته باشد و مزایای محسوسی را برای افراد سازمان‌ها به ارمغان آورد.

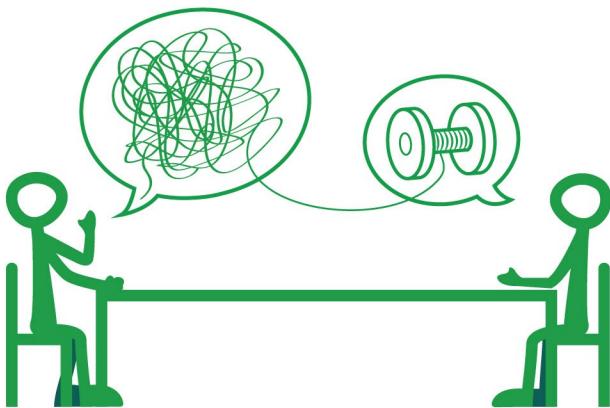
ابزار کوچینگ در دهه اخیر، محبوبیت چشم گیری میان رهبران و کارکنان سازمان‌ها یافته

هرچند که امروزه، کوچینگ به عنوان روشی مؤثر و کارآمد شناخته شده‌است در تعریف‌های آن، اختلاف نظر زیاد و دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد که البته برخلاف تفاوت ظاهری این تعارف، همه آن‌ها به مشترک اشاره دارد.

کوچینگ، پلی بین علاقه فرد برای شروع به تغییر و مجموعه اعمالی است که باید برای تغییر انجام دهد و در واقع پلی است بین توانایی و عملکرد. شخص کوچ که با اصول کوچینگ کار می‌کند با موضوعات عملی زندگی روزانه افراد و سازمان‌ها مثل برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، اولویت‌بندی و مدیریت زمان سروکار دارد.

کوچینگ به بیان ساده، یک گفت و گوی آگاهانه و روبه‌جلو برای توانمند کردن یک فرد یا گروه برای زیستن در بهترین حالت خود و رسیدن به نتایج فوق العاده در زندگی، حرفة، کسب و کار یا سازمان است. این کار کمکی است برای پر کردن فاصله میان اکنون و جایی که مراجعت کننده و کوچ می‌خواهد فرد، گروه، کسب و کار یا سازمان در آن قرار بگیرد.

بیشتر صاحبان کسب و کارها به دنبال راهی هستند که بتوانند با کمترین میزان تخصیص منابع، بیشترین رشد را برای شرکت خود به ارمغان بیاورند. کوچینگ کسب و کار، با ارزش



کوچینگ، چگونه باعث توسعه کسب و کارها می شود؟

کوچینگ باعث بهبود عملکرد فردی می شود که این اتفاق در نهایت به نفع کسب و کار خواهد بود. در کوچینگ، سوالاتی مطرح می شود که به افراد کمک می کند جواب هایی را که برای خودشان مناسب است، پیدا کنند.

مزبت این موضوع در این است که:

- قدرت تفکر را گسترش می دهد،
- قدرت تصمیم گیری را افزایش می دهد،
- توانایی حل مشکلات به تنهایی را بهبود می دهد،
- توانایی نوآوری را توسعه می دهد.

جهان به دلیل دیجیتالی شدن در حال دگرگونی سریع و پیچیده ای است و چیزی که در چنین دنیابی شاهدهایم این است که امروزه کسب و کارها با هم رقابت نمی کنند، بلکه افراد با پتانسیل بالا هستند که با هم رقابت می کنند. رهبران ارزش خلق می کنند و اینجاست که شرکت ها باید وقت و انرژی لازم را صرف کنند تا افراد دارای پتانسیل بالا را پیدا کنند و آنها را رشد دهند. پیدا کردن افراد پتانسیل بالا صرفاً منحصر به آن فرد، نمی شود و مسیر یافتن چنین افرادی با کمک کوچینگ، همان راهی است که به موفقیت سازمان هم کمک می کند. فراموش نکنیم که این افراد هستند که یک کسب و کار را پیش می برند.

پس در اینجا، هر شرکت، هر رهبر، هر مقام ارشد در منابع انسانی باید به این درک برسد که بزرگ ترین دارایی آنها، افراد با پتانسیل بالا هستند.

امروزه رقابت بر سر مسائل مالی نیست، بر سر پول نیست، بلکه رقابت بر سر تصاحب استعدادهای است و اگر از استعداد درست در جای مناسب استفاده شود و آزادی داده شود تا فرد، قضایت خودش را داشته باشد و استعدادش را بروز دهد، شانس بیشتری برای موفقیت وجود خواهد داشت، چه برای فرد و چه برای کسب و کاری که آن فرد را کشف کرده و پرورانده است.

کوچینگ در کسب و کار، کمک می کند که این افراد بهتر و سریع تر شناسایی شوند و کمک می کند بتوانیم این افراد را بهتر تقویت کنیم و آنها را در جای درست قرار دهیم.

از طرفی رویکرد کوچینگ کمک می کند که وقتی این افراد در جای درست قرار گرفتند

- بهرهوری بیشتر
 - بهبود روابط کارکنان
 - توسعه مدیران
- امروزه شرکت های موفق می دانند مهم ترین دارایی آنها کارکنان آنها هستند و کارمندان بال استعداد در یک شرکت مستبد و سلطه جو باقی نخواهند ماند. درنتیجه، این افراد بال استعداد و کارآمد، جذب کسب و کارهای می شوند که یک راه پویا و خلاقانه را به سوی موفقیت برگزیده اند و فرهنگ کوچینگ را جایگزین سلطه جویی و تک روی کرده اند.

“
کوچینگ باعث می شود به رشد و توسعه افراد اهمیت بدھیم و با رشد افراد، طبیعتاً تیم بهتری خواهیم داشت.
”

در تیمی که افراد آن در حال رشد هستند، حس حمایت و اعتماد وجود دارد و طبیعتاً افراد، سخت کوش تر خواهند بود و از طرفی تجربیات بهتری در کار خواهند داشت و درنتیجه مسیر رشد بهتری هم دارند. در واقع با رشد کارمندان، تیم را ارتقا می دهیم و با رشد تیم کسب و کارمان رونق پیدا می کند.

وقتی به عنوان مدیری شناخته شویم که مدیران توانمند و کارمندان و کارگران خوب را به خوبی اداره می کنند در واقع خود ما بهتر دیده می شویم و رشد و پیشرفت خود ما سریع تر می شود. زمانی که تیم خود را به درستی راهبری می کنیم، خودمان نیز درست عمل می کنیم.

بر اساس بررسی های انجام شده در جهان، کسب و کارهایی که کوچینگ را به کار گرفته اند شاهد رشد این شاخص ها در کسب و کار خود بوده اند:

- افزایش تعامل
- بهبود عملکرد



از خوب به عالی تأثیر پیشرفت، خلاقیت و بازخورد در طراحی بازی

اگر یادتان باشد گفتیم که یوکای چو در کتاب خودش تحت عنوان گیمیفیکیشن کاربردی (Actionable Gamification) یک ساختار جهت طراحی فرآیندهایی که مخاطب اصلی آنها انسان‌ها هستند ارائه داد و نام آن را هشت‌وجهی یا اکتالیسیس گذاشت، در مقاله قبلی (انسان در جستجوی معنا) به اولین رأس این هشت‌وجهی پرداختیم که توصیه می‌کنم اگر هنوز مطالعه نکردید حتماً سری بزندید و بعد این مقاله رو ادامه بدید، اونجا گفتیم که یکی از مهم‌ترین عناصری که انسان را در مراحل مختلف زندگی خود به سمت جلو حرکت می‌دهد و باعث می‌شود که او احساس ارزشمند بودن پیدا کند هدف یا معنا است و اگر ما بتوانیم در طراحی بازی یا فرآیند بازی وار شده خود به خوبی از این مفهوم استفاده کنیم تا حد بسیار زیادی توانسته ایم که مخاطبان خود را حداقل مجاب کنیم تا برای یکباره هم که شده آن را تجربه کنند، راهکارهایی هم برای طراحی بر اساس معنا مطرح شد که می‌توانید به همان مقاله مراجعه کنید.

اما در این قسمت می‌خواهم به طور هم‌زمان دو بخش دیگر این هشت‌وجهی را بررسی کنم.

۱. رشد و توسعه یا Accomplishment

یکی از معروف‌ترین کتاب‌ها در حوزه مشاوره کسب و کار کتابی است تحت عنوان از خوب به عالی نوشته جیم کالینز، نویسنده کتاب تلاش دارد به ما بگوید که اگر می‌خواهیم موفق باشیم نباید به خوب بودن راضی باشیم و راهکارهایی می‌دهد که به‌واسطه انجام آن‌ها می‌توانیم وضعیتمان را از حالت خوب به عالی تغییر دهیم، راهکارهایی از قبیل تغییر افکار، تغییر افراد دور و برمان و ایجاد عادت‌های جدید.

یوکای چو وقتی در مورد توسعه در طراحی یک فرآیند بازی وارساز شده صحبت می‌کند، به طور ضمنی همین نیاز مدام ما انسان‌ها به حرکت رو جلو اشاره می‌کند، او می‌گوید که اگر مخاطب در یک بازه زمانی که در حال استفاده از محصول شماست، احساس پیشرفت نداشته باشد و شما نتوانسته باشید به او بقولانید که این تجربه باعث پیشرفت او شده است، احتمال اینکه دیگر از محصول شما استفاده نکند بسیار بالا خواهد بود.

به این منظور او با استناد به روش‌های مختلفی که در بازی‌های رایانه‌ای برای نشان

۱/۱. نوار پیشرفت

یکی از معروف‌ترین ابزارها برای نشان دادن‌وضعیت فعلی کاربر و نشان دادن میزان پیشرفت او نوار وضعیت یا progression Bar است، این ابزار معمولاً در بازی‌ها برای نشان دادن درصد پیشرفت مرحله یا تعداد مأموریت‌های انجام شده و ... استفاده می‌شود.

دادن مفهوم رشد و پیشرفت استفاده می‌شود راهکارهایی ارائه می‌دهد تا به‌واسطه آن‌ها بتوانید کاربرانی که اهمیت زیادی به یادگیری و پیشرفت می‌دهند را با خود همراه کنید. در ادامه تنها به بیان چند مثال کوتاه از معروف ترین ابزارهای موجود برای انتقال این مفهوم اشاره خواهد شد.



مثال های بسیار و روش ها و مکانیک های مختلف دیگری نیز همچون ایجاد چالش، جایزه روزانه، دست یافته achievements و ... در این بخش از کتاب آورده شده است که پیشنهاد می شود حتماً مطالعه کنید.

۲- خلاقیت و بازخورد

Creativity and Feedback

احتمالاً برای شما این سؤال پیش آمده که چرا نویسنده خلاقيت را در کنار بازخورد قرار داده است؟ یوکای چو می گوید یکی از دیگر عواملی که می تواند مخاطبین شما را افزایش دهد، ایجاد احساس خلاقيت در آن هاست، به عبارتی به مخاطبین خود فرصت دهد تا از خلاقيت شان در تعامل با محصول شما استفاده کنند، اين شايد ساده ترين بخش اين گزاره باشد، چرا که باید علاوه بر اين فرصت شما مکانيمى جهت رائمه بازخورد به او نيز طراحى كرده باشيد تا او متوجه ميزان اثرگذاري يا موفقيت خود در استفاده از خلاقيت بشود. بگذرد قيل از ادامه مطلب دو تعريف را اينجا بررسى کنيم، همان طور که مى دانيد به دريافت پاسخ از فرد ديگري در مقابل انجام يك فعل بازخورد يا Feedback گفته مى شود، اما اين تمام ماجرا نیست، ما در حقيقت دو مدل اصلی بازخورد داريم، بازخورد مستقيم، بازخورد معکوس. در بازخورد مستقيم کاربرانى که از محصول شما استفاده مى کنند به شما نسبت به کارابي و عملکرد محصول بازخورد داده و شما مى توانيد محصول خود را اصلاح کنيد یا تغييراتی در آن ایجاد کنيد، در بازخورد معکوس محصول شما یا خود شما به عنوان طراح امکاني را ایجاد مى کنيد که کاربرانتان در مقابل انجام دادن فعالیتي يا استفاده از محصول شما، از شما به عنوان طراح يا از محصول شما و يا از ساير کاربران بازخورد دريافت کنند. منظور یوکای چو از بازخورد در اين مرحله بازخورد معکوس است.



۱۳. دنبال کنندگان این عنصر بیشتر در شبکه‌های اجتماعی خود را نشان می‌دهد، به عبارتی افزایش تعداد دنبال کنندگان شما در اینستاگرام به نوعی در شما احساس حرکت کردن و پیشرفت می‌دهد، در بازی‌ها نیز گاهی طراحان با طراحی مکانیزم هایی از قبیل ایجاد گروه یا شبکه به بازیکنان این امکان را می‌دهند تا دنبال کننده داشته باشند. مکانیزم های پسندیدن like اشتراک گذاری share و .. نیز همگی می‌توانند تا حدی این احساس را در شما ایجاد کنند.

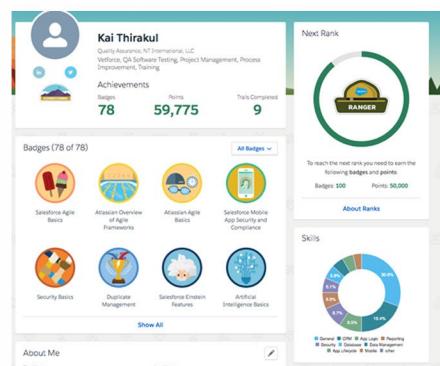
۱. پیش‌بینی پذیری یا prediction

در این روش طراحان به کاربران خود اجازه می‌دهند تا بخشی از مسیری که قرار است طی کنند را از قبل ببینند، این مثال معمولاً در بازی‌های مرحله خود را نشان می‌دهد، در مثال شبکه‌های اجتماعی نیز شما با دیدن افرادی که تعداد دنبال کننده بیشتری از شما دارند، و دانستن اینکه آن‌ها نیز زمانی همچون شما بوده اند این مسیر را می‌توانید تصور کنید. در مدل‌های دیگر به عنوان مثال یک معلم می‌تواند در ابتدای سال تحصیلی در قالب یک نقشه‌یا فعالیت کلاسی نمایی کلی از تمامی مفاهیمی که قرار است تا آخر سال در کلاس مطرح شود را برای دانش آموزان خود به نمایش گذارد.



(PBL) سطح بندی ۱، ۲

سطح يا Level يكى ديجر از روش های پر کاربرد در ارائه ميزان پيشرفت بازگنان در بازي است، اين سطح بندی می تواند همراه با عناصر ديجري همچون نشان های پيشرفت badge امتيازات points و رتبه بندی leaderBoard نيز همراه باشد تا ترکيب اين سه عنصر با يك ديجر اطلاعات كاملی در اختيار كاريير قرار دهد. بازي های مختلف برای level های گوناگون خود نشان های مختلفی به بازيگنان می دهند يا در دسته بندی های متفاوتی امتيازات بازيگنان يك كشور يا منطقه زمانی را باهم در يك رتبه بندی مقاييسه می كنند تا آنها برای دستيابي به رتبه و امتياز نشان بيشتر تلاش خود را افزایش دهند.





نتیجه‌گیری:

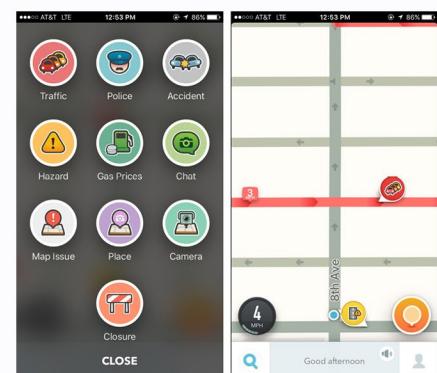
یکی از مهمترین خصوصیات انسان عصر تکنولوژی احساس حرکت مداوم است، او می‌خواهد در هر کاری که می‌کند این احساس را تجربه کند و بازی یا محصول بازی وار شده شما نیز نباید از این احساس و تجربه خالی باشد، باید برای او فضایی را طراحی کنید که فرصت رشد داشته باشد و این رشد کدن و حرکت رو به جلو را باید با روش‌ها مختلفی به او نشان دهید. مقاله بعدی گفتگوی است در اهمیت احساس مالکیت و ارتباطات اجتماعی ما انسان‌ها و جایگاه آن در طراحی انسان محور.

از بهترین روش‌ها برای استفاده از این قابلیت این است که شما در مرحله اول این اجازه را به کاربر بدید که بتواند کاری انجام دهد، اگر قرار باشد که او تنها مصرف کننده محصول شما باشد به هیچ عنوان نمی‌توانید خلاقیت او را درگیر کنید، به عنوان مثال اعلام ترافیک در اپلیکیشن‌های مسیریابی، امکان گذاشتن کامنت در ورژن‌های جدید داکیومنت‌های گوگل درایو، انتشار پست و محتوا در فضای مجازی، لینک‌دین و ... همگی روش‌هایی برای ایجاد فضایی برای مخاطبان هستند. پس از ایجاد این امکان مناسب با آن بازخورد طراحی کنید، برای انتشار یک محتوا ساده ترین روش بازخورد سریع لایک کردن است، شمارنده تعداد دنبال کنندگان صفحه شما نیز یک روش دیگر برای بازخورد دادن به شماست.

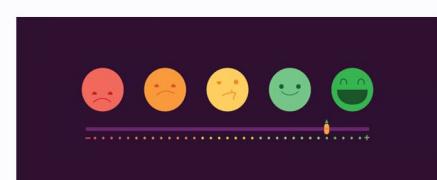
روش دیگری که می‌توانید از آن برای بازخورد مناسب استفاده کنید طراحی اهداف طولانی مدت است، مثلًا هریار سالگرد ورود او به محصولتان را تبریک بگویید، به ازای مقدار مشخصی استفاده از محصول برای او جوابی تعیین کنید، با استفاده از رابط‌های گرافیکی میزان پیشرفت را به او نشان دهید و بسیاری روش‌های دیگر که می‌توانید در کتاب آن‌ها را مطالعه کنید از قبیل Booster ها و عملکرد آن‌ها در ایجاد خلاقیت و احساس بازخور مناسب در بازی‌ها.

نویسنده: محمد صادق ترابی

به عبارتی شما باید مکانیزم‌هایی را در نظر بگیرید تا بعد از اجرای یک فرایند خلاقانه از سوی کاربر به او بازخورد متناظری داده شود. به عنوان مثال وقتی شما در یک بازی می‌توانید مرحله‌ای را تمام کنید به شما تصویری نمایش داده می‌شود که بر روی آن عبارت تشویقی نوشته شده و شما امتیازاتی که از آن مراحل دریافت کرده اید را بر روی آن صفحه می‌بینید، این یک بازخورد مناسب در ازای بردنه شدن یک مرحله از بازی است. یا به عنوان مثال گرفت Like در شبکه‌های اجتماعی یک بازخورد



معکوس از سایر کاربران در مقابل عکس، نوشته یا ویدئویی است که کاربر شما با سلیقه خودش آن را ایجاد کرده و این یعنی در مقابل خلاقیت او بازخوردی مناسب طراحی شده است.





شرکت اشراق استادی (Ishraq Study) به دنبال سیستمی برای پر کردن خلاً جذب دانشجویان خارجی به دانشگاه‌های کشور

«همزمانی تأسیس کسب‌وکار ما با کرونا و همچنین تعطیلی دانشگاه‌ها در کشور مبدأ و مقصد باعث ایجاد چالش‌های زیادی می‌شد. اولین چالش ما عدم امکان سفر و رفت و آمد بین دو کشور و درگیری مکرر افراد مختلف با کرونا بود. از طرف دیگر تاخیر در پاسخگویی، عدم برگزاری کمیته‌ها و مواردی از این قبیل باعث می‌شد که کار دانشجویان دائم به تاخیر بیفتند و همین عامل نارضایتی دانشجویان از شرایط موجود بود.



علم و امنیت دوگانه‌ای برای تحصیل

افغانستان نیز مانند ایران دارای دانشگاه‌های شهریه‌پرداز است اما سؤال این است چرا دانشجویانی وجود دارند که دانشگاه‌های ایران را به دانشگاه‌های افغانستان ترجیح می‌دهند؟ اولین دلیلی که به چشم می‌آید، وضعیت رنکینگ دانشگاه‌های ایران نسبت به دانشگاه‌های افغانستان است. دانشگاه‌های ایران از نظر جایگاه و رتبه علمی در منطقه در جایگاه خوبی قرار گرفته است. بنابراین دانشجویان ترجیح می‌دهند در دانشگاه‌های ایران تحصیل کنند. مورد بعدی بحث امنیت است. با توجه به تغییر و تحولات صورت گرفته در سال اخیر این مورد بیش از پیش اهمیت پیدا می‌کند. سطح امنیت برای دانشجویان در ایران بالاتر از افغانستان است بنابراین آنها ترجیح می‌دهند در ایران به تحصیل پردازنده و مساله دیگری که وجود دارد. ظرفیت کم و عدم وجود تحصیلات تكمیلی در رشتلهای متفاوت در افغانستان است. بنابراین بهترین کشور برای مهاجرت تحصیلی به‌واسطه نزدیکی، زبان و فرهنگ مشترک و شرایط مساعد دانشگاهی، ایران است.»

ها نداشته و عملاً کار خاصی از دستشان بر نمی‌یاد. بنابراین در سال ۹۹ برای ایجاد یک حلقه واسط میان مقاضیان خارجی و دانشگاه‌های ایران، کار خود را با عنوان اشراق استادی شروع کردیم.»

سرمایه‌گذاری با دانشجو

«جذب و بورسیه دانشجویان از کشورهای دیگر دنیا در وهله اول باعث می‌شود که دانشگاه‌های ایران در رتبه‌بندی‌های بین‌المللی امتیاز بیشتری را کسب کنند. بنابراین باید بدانیم در وهله اول حضور دانشجوهای خارجی باعث بهتر کردن رتبه بین‌المللی و افزایش ارزش مدرک‌های دانشگاهی می‌شود.

همچنین جذب و آموزش دانشجویان خارجی خود یک سرمایه‌گذاری بلندمدت است. هند در سال‌های قبل با جذب دانشجوهای افغانستانی و آموزش آن در حیطه‌های پژوهشی و آشنایی مردم این کشور با نظام سلامت و داروهای هندی توانست جای پای خود را در حیطه سلامت در این کشور باز کند.

امروزه پس از سال‌ها پروازهای زیادی از افغانستان به هند با ویزا سلامت صورت می‌گیرد که همین باعث ارزآوری و جذب توریست در هند شده است.

همچنین پژوهان فارغ‌التحصیل شده از هند برای تهییه دستگاه‌های بیمارستانی و تجویز دارو از شرکت‌های هندی بیش از شرکت‌های دیگر بهره می‌گیرند و از این طریق شرکت‌های هندی بازار گستردگرتری برای ارائه محصولات خود دارند. بنابراین می‌توان گفت جذب دانشجوی خارجی خود یک سرمایه‌گذاری بلندمدت و بین‌المللی است.»

چالش‌هایی برای یک کسب‌وکار دانشگاهی مشکلات درون دانشگاهی و فرآیندهای پیچیده اداری از جمله چالش‌هایی هستند که دانشجویان و تمام افراد مرتبط با این محیط با آن روبرو هستند. از طرفی تعطیلی دانشگاه‌ها به علت کرونا این چالش‌ها را تشدید کرد.

حال راهاندازی یک کسب‌وکار دانشگاهی در تعطیلی محیط‌های آموزشی و وجود بیماری کرونا چه چالش‌هایی را ایجاد می‌کند؟ شیرازی در بین چالش‌های اصلی کسب‌وکار خود از کرونا و عدم همکاری دانشگاه‌ها گفت:

اشراق استادی، کسب و کاری برای جذب دانشجویان خارجی

یکی از ساختهای مهم در ارزیابی دانشگاه‌ها، بین‌المللی بودن آنهاست. علاوه بر برگزاری سمینارها و کارگاه‌های مختلف بین‌المللی و عوامل دیگر، حضور دانشجویان خارجی از مواردی است که ذیل این شاخص بررسی می‌شود. در سال‌های قبل، پرديس‌های بین‌الملل در دانشگاه‌های سراسر ایران به هدف جذب دانشجویان خارجی و ارزآوری به کشور تاسیس شدند اما این پروژه‌ها نتوانستند بخوبی از پس این مساله بر بیاند و در نهایت صندلی‌های پرديس خودگردان نیز با دانشجویان داخلی پر شد. اشراق استادی با بررسی وضعیت دانشگاهی در کشورهای همسایه و سنجش پتانسیل دانشگاه‌های وزارت علوم و وزارت بهداشت در ایران فرآیند ورود دانشجویان از سراسر کشورهای همسایه به داخل ایران را تسهیل می‌کند.

نیاز بین‌المللی برای کسب‌وکار

نیازها و چالش‌ها شاملوده کسب‌وکارها هستند اما گاهای پاسخ نیازهای خارجی و بین‌المللی در داخل کشور نهفته شده است. بنابراین لازم است که دید خود را بازتر کرد و نیازها و چالش‌های کشورهای همسایه و سراسر دنیا را بررسی قرار داد و بعد از آن به فکر حل آنها افتاد. حسین شیرازی، مدیرعامل شرکت اشراق استادی درخصوص نحوه شکل‌گیری مجموعه خود گفت: «سفر بند و دو نفر از دوستانم به افغانستان آغازی برای کسب‌وکارم بود. با حضور در افغانستان متوجه شدم که ضعف دانشگاهی در این کشور، پذیرش پایین دانشگاه‌ها، عدم وجود مقاطعه تکمیلی و مسائلی از این قبیل باعث شده است که حجم عظیمی از دانشجویان پشت سد نکور باقی مانند و نتوانند به تحصیلات دانشگاهی بپردازند.

با مشاهده حجم بالای تقاضا برای تحصیل در ایران به‌واسطه زبان و فرهنگ مشترک به فکر ارائه خدمات به این افراد افتادم. پس از انجام بررسی دیدم هیچ شرکتی در راستای خدماترسانی به این افراد وجود ندارد و تنها مرجع برای این خدمات آژانس‌های گردشگری هستند که لینک چندانی با دانشگاه



هانا



ویژگی‌ها:

- بهبود و تقویت عملکرد مغز
- تقویت مهارت‌های شناختی کودکان
- تسریع و تعمیق روند یادگیری تحصیلی
- آموزش مفاهیم پایه
- آموزش دانش عمومی، اجتماعی
- ماهیت سرگرمی و تفریحی بودن
- ارتقاء مهارت حل مسئله
- کاربردی و چندجانبه نگر
- اقتصادی و اثربخش
- ارائه گزارش و بازخورد از مؤلفه‌های مهارت شناختی، مهارت یادگیری، مفاهیم پایه

بازی آنلاین کودکانه هانا مرجعی کامل از پاسخ‌های نیازمندی‌های فرزندانمان است تا درک بهتری از مقاطع مختلف زندگی خود پیدا کنند. ایده بازی هانا توسط مجموعه‌ای از روانشناسان خبره (سرو هانا پارسیان) در حوزه کودک مطرح و به دست جوانان توانمند بازی ساز این کشور تهیه شده است، هدف از این بازی آنلاین تقویت کودکان ۳ تا ۸ سال است. این بازی می‌تواند حافظه کوتاه مدت، حافظه تجسمی-فضایی، هماهنگی چشم و دست، قدرت حل معنا و برخی موارد دیگر را در کودکان بهبود ببخشد.



سایت: hanagameapp.ir

اپلیکیشن عکسوت

قدیما عکس‌ها چاپ و ماندگار می‌شدند. ولی این روزها عکس‌ها بیشتر روی گوشی‌ها یا مموری هاست؛ اپلیکیشن عکسوت این امکان را فراهم کرده تا توانی گرفتاری‌های زندگی امروزی بدون اینکه بخواهید پاتون را از خونه بیرون بذارید، بتونید خاطراتتون رو توی زمان کوتاهی چاپ کنید.

معرفی اپلیکیشن:

چاپ عکس، تخته شاسی، چاپ عکس پولاروید، قاب عکس، مگنت، ماگ، نی نامه (کتاب خاطرات یک سالگی)، آلبوم عکس، کتاب عکس (فتوبوک)، تقویم، تیشرت و ریسه لامپ محصولاتی هستند که شما می‌توانید اون‌ها رو سفارش بدید.

راعیت حریم خصوصی در عکسوت:

تصاویر ارسالی شما بعد از اتمام مراحل چاپ به طور کامل از روی سرورهای اختصاصی پاک می‌شون. همچنین کلیه مراحل چاپ و بسته‌بندی توسط پرسنل مجرب خانم صورت می‌گیره.



سایت: www.raxsoot.com

داستان های خلاقانه

۳۰

واوبوک



پس از گذشت ۲۴۵۶ روز

واوبوک بستر مشارکتی تولید کتاب گویاست. در واوبوک ناشران کتاب، نویسندهای (مؤلفان و مترجمان)، گویندگان، استودیوهای صدابرداری و مدیران تولید با هم مرتبط می‌شوند تا با مشارکت هم کتاب‌های گویا تولید و منتشر شوند. در بستر واوبوک هر یک از عوامل تولید از فروش محصول نهایی سهم خواهند داشت.



۵۱۷
پادکست‌ساز

۲۴۱
استودیو

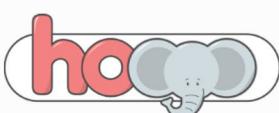
۱۰۰۳
مؤلف و مترجم

۱۳۴۹۴
گوینده

ثبت‌نام کرده‌اند.

سایت: www.vavbook.com

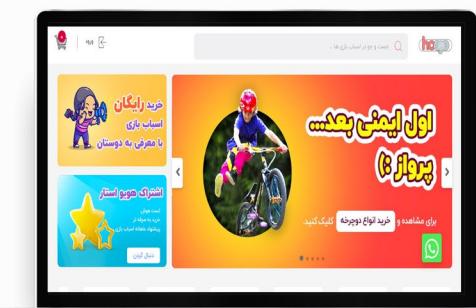
پلتفرم هویو



پدر و مادر کمک می‌کند تا اسباب بازی مورد علاقه کودکشان را خریداری کنند. شما در فروشگاه اینترنتی اسباب بازی هویو این امکان را دارید تا با مقایسه انواع محصولات و بررسی دقیق هر مدل اسباب بازی مورد علاقه فرزندتان را بهترین قیمت و خدماتی مثل تعویض کالا، ارسال فوری اسباب بازی در تهران تهیی کنید. در فروشگاه اینترنتی هویو بهترین اسباب بازی دخترانه و پسرانه با ارزانترین قیمت موجود است. هویو، یه فروشگاه اسباب بازیه که به شما کمک می‌کنه هوشمندانه خرید کنین.

اول از همه که می‌توینی بین کلی بازی و عروسک و کتاب بچرخین، توضیحات و روش‌های بازی رو بخونین، مهارت‌ها و هوش‌های هر بازی رو بررسی کنین و در نهایت از بین‌شون انتخاب کنین. اما علاوه بر اون‌ها، می‌توینی با خرید اشتراک هویو استار، با توجه به نتایج تست هوش فرزندتون و با مشاوره کارشناس‌های هویو، خرید بهتر و هوشمندانه‌تری رو طی چند ماه تجربه کنین.

سایت: www.hooyo.ir



فروشگاه اسباب بازی هویو، یک تیم جوان و پویا متشکل از دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف است که زیر نظر پارک علم و فناوری شریف در جهت ساختن دنیایی بهتر برای کودکان تلاش می‌کند. هویو تلاش می‌کند تا خرید اسباب بازی هوشمندانه و متناسب با شخصیت و نیاز کودک باشد و به همین جهت والدین می‌توانند با انجام تست هوش هویو استار بهترین اسباب بازی را برای کودک خود تهیی کنند. همچنین در فروشگاه اسباب بازی هویو همه محصولات با دقیقت بررسی می‌شوند و تنها اسباب بازی با کیفیت و درجه یک در سایت قرار می‌گیرد. هر اسباب بازی تعداد زیادی عکس و فیلم دارد که به



ماهیت شرکت‌های نوآور و تأمین مالی آن‌ها

بازار؛ و ۴) توسعه بازار. البته در مراحل اولیه، شاهد یک نوع عدم اطمینان چه به لحاظ فنی و اقتصادی، و چه به لحاظ بازار هستیم که تعیین پتانسیل شرکت را دشوار می‌سازد؛ لکن هنگامی که یک شرکت به مرحلة بازار می‌رسد، شک کمتری در مورد پتانسیل و جذابیت آن برای ارائه‌دهندگان منابع وجود دارد. بنابراین، شرکت‌های نوآور در زمینه نیاز به مرتفع ساختن این عدم اطمینان و همچنین خلق پتانسیل‌های اقتصادی برای خود، تمایز می‌یابند.

(ب) تأمین مالی شرکت‌های نوآور:

(۱) نیازهای شرکت‌های نوآور در زمینه تأمین مالی:
توسعه شرکت‌های نوآور با توجه به هزینه‌های اولیه توسعه محصول، طول مدت توسعه بازار و

خصیصه‌های یک شرکت نوآور چیست و تأمین مالی این شرکت‌ها تؤمن با چه چالش‌ها و الزاماتی است؟ این یادداشت، پاسخ‌هایی را به این منظور پیشنهاد می‌دهد.

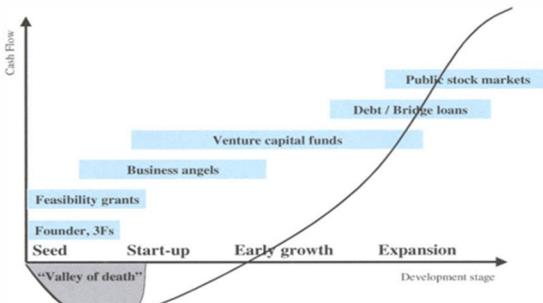
(الف) ماهیت شرکت‌های نوآور:

شرکت‌های نوآور به دنبال بهره‌برداری موفقیت آمیز از نوآوری در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی هستند. به این ترتیب، آن‌ها به مثابة موتورهای نوآوری و مشارکت‌کنندگان قدرتمند در رشد اقتصادی و نیز ایجاد اشتغال قلمداد می‌گردند. از آنجایی که نوآوری ناظر به یک امر متنوع و چندوجهی است، شرکت‌های نوآور گونه‌گونی نیز وجود دارند که براساس نوع نوآوری خود، از یکدیگر تمایز می‌یابند. سرچشمه نوآوری ممکن است یک دانش علمی جدید، ابداع و اختراع، انتقال دانش تجاری از یک بخش به بخش دیگر، و یا ایجاد جذابیتی متفاوت برای مشتریان جدید یا موجود باشد. کاربست نوآوری ممکن است در قالب تولید محصولات جدید یا پیشرفت، ایجاد یا بهبود فرآیندهای کسب‌وکار، فرآیندهای سازمانی جدید یا بهبودیافت، و... نمود یابد. در نهایت، نوآوری ممکن است تدریجی یا به یک باره و حتی ویران‌کننده ظاهر گردد؛ ویران‌کننده آن‌چه تا پیش از این بوده و البته مبدع راه‌های جدید یا افق‌های تازه‌تر.

اکثر شرکت‌های نوآور در مقیاس کوچک و به شکل خصوصی شروع به کار می‌کنند؛ بهاین



البته به دلیل مقاومت نظام موجود در برابر فرآیند ورود آن‌ها متفاوت است. چندین نقطه عطف در این فرآیند وجود دارد که تأمین مالی کافی برای آن‌ها حیاتی است: تحقیق و توسعه متعددی عبور می‌کند که می‌توان آن‌ها را از خلال مراحل توسعه‌ای ذیل عبور داد؛ (۱) پتانسیل‌سنجی بازار، و امکان‌سنجی فنی و آزمون بازار؛ و تولید اولیه. (۲) توسعه محصول؛ (۳) عرضه به بر اساس این نقاط عطف توسعه و نیاز های اقتصادی؛



مراحل توسعه، جریان نقدی و منابع مالی

اولیه، بهطور مستقیم یا به اندازه کافی برای شرکت‌های نوآور مناسب نیستند. وجود شخصی بنیانگذاران و همچنین خانواده و دوستان آنها منبع مهمی در مرحله اولیه شرکت است، اما اغلب برای پوشش نیازهای شرکت کافی نیست. بنیانگذاران ممکن است وام‌های شخصی بگیرند، اما برای بازپرداخت این وام‌ها ممکن است دارایی‌های شخصی خود را هم از دست بدهند؛ خاصه‌اصلی بازدارنده می‌کند و هزینه فرصت چنین سرمایه‌گذاری‌هایی را افزایش می‌دهد.

در نهایت، در فناوری و به ویژه در زمینه‌های مبتنی بر دانش، محصولات مربوطه یا در مرز منسخه شدن قرار دارند یا در معرض سریز دانش هستند که در هر صورت مانع از آن می‌شود که شرکت ارزش اقتصادی کامل نوآوری خود را به دست آورد. این ویژگی‌ها، رسیک درک شده از چنین شرکت‌هایی را برای سرمایه‌گذاران اولیه در طول زمان پیروی می‌کند. اگر کسب‌وکار از چنین شرکت‌هایی باعث توجه اکثر شرکت‌های نوآور، وجود عدم تقارن اطلاعاتی است. کارآفرینان بر اساس تجربه، دانش، مهارت‌ها و روابط بین‌فردي خود، موقعیت منحصر به فردی دارند تا فرصت‌های تجاری را درک کنند و پتانسیل بازار خود را پیش‌بینی کنند. به همین دلیل، سرمایه‌گذاران بالقوه نمی‌توانند تأیید کنند که موقعیت‌های فرصت واقعاً مناسب هستند و نمی‌توانند بین فرصت‌های با کیفیت بالا و پائین تمایز قائل شوند. در اقتصاد دانش محور، این به دلیل دشواری ارزیابی ارزش دانش یا سایر دارایی‌های نامشهود متعلق به کارآفرین است. این امر باعث می‌شود سرمایه‌گذاران بالقوه یا هزینه‌های غیرقابل توجهی بتراشند، یا به طور کامل از این فضای در همان مراحل اولیه کناره‌گیری کنند.

باری، شاید مناسب‌ترین شکل تأمین مالی شرکت‌های نوآورانه در مراحل اولیه -که با پروفایل رسیک شرکت و نیز بازده‌های بالقوه اش مطابقت دارد- تأمین مالی مبتنی بر سهام و از طریق حقوق صاحبان سهام (مانند بدھی قابل تبدیل یا وام‌های سرمایه) باشد. این دسته از تأمین کنندگان منابع مالی، فرشتگان کسب‌وکار و صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر هستند؛ اگرچه اکثر صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر معمولاً بر روی شرکت‌هایی با محصولات قابل توسعه‌یافته تمرکز می‌کنند. آنها در ازی منابع مالی که ارائه می‌کنند، بخشی از سهام شرکت را دریافت می‌کنند و این امر، به آنها امکان می‌دهد تا در صورت تحقق پتانسیل های شرکت، در عواید آن سهام گردند.

ترجمه و تلخیص از کتاب:

United Nations Economic Commission
for Europe

تأمین مالی، چندین مرحله تأمین مالی را می‌توان تشخیص داد که هر کدام با مقادیر و استفاده از منابع مالی خاص، مشخص می‌شوند. مرحله کشت (Seed) شامل تحقیق و توسعه اولیه یک ایده یا مفهوم تجاری است که بر امکان‌سنجی فنی، پتانسیل‌سنجی بازار و قابلیت اقتصادی آن متمرکز شده است. مرحله استارت‌آپ (Start-up) توسعه نمونه‌های اولیه محصول را پوشش می‌دهد؛ تحقیقات اولیه بازار و نیز فعالیت‌های ناظر به دست‌یابی به بازار و ایجاد یک سازمان تجاری رسمی. مرحله رشد اولیه (Early-growth) به تجاری‌سازی و رشد در مقیاس کوچک و نیز توسعه ارکان مقیاس‌پذیری (Scalability) کسب‌وکار مربوط می‌شود. درنهایت، مرحله گسترش کسب‌وکار (Expansion)، رشد قابل توجهی در مقیاس و تأثیر بازار کسب‌وکار را پوشش می‌دهد.

شکل ۱ نمایشی از الگوی جریان نقدی (Cash Flow) یک شرکت نوآور معمولی را در سراسر مراحل توسعه آن ارائه می‌کند و منابع مختلف مالی را بر اساس مرحله که در آن در دسترس هستند، ترسیم می‌کند. جریان نقدی با افت اولیه در مرحله کشت (معروف به دره مرگ)، که ناظر به منابع مالی صاف شده برای اثبات مفهوم یا ایده تجاری است، از الگوی «منحنی دره» بیرون بیاید و تأسیس شود، جریان نقدینگی مثبت می‌شود و کسب‌وکار به تدریج شتاب می‌یابد و به مراحل اولیه رشد و گسترش می‌رود. در این مراحل، منابع مالی موردنیاز کسب‌وکار به میزان قابل توجهی بیشتر است. اگرچه نیازهای مالی معمولاً در مراحل اولیه و راهاندازی کمتر است، اما این مراحل برای توسعه کسب‌وکار حیاتی هستند. برای مثال، تحلیل شرکت‌های خصوصی سریعاً رشد یافته در ایالات متحده در سال ۲۰۰۰ نشان داد که ۱۶ درصد با کمتر از ۱۰۰۰ دلار، ۴۲ درصد با ۱۰۰۰۰ دلار یا کمتر و ۵۸ درصد با ۲۰۰۰۰ دلار یا کمتر شروع به کار کردند.

(۲) چالش‌های جذب منابع مالی اصلی: ابهامات زیادی پیرامون شرکت‌های نوآور در مراحل اولیه و راهاندازی آنها وجود دارد. چنین شرکت‌هایی فاقد سوابق کاری و نیز شواهد ملموس برای امکان‌سنجی محصول یا خدمات شان هستند. همچنین، شواهد بازار محدودی برای پتانسیل سنجی محصولات یا خدمات آنها وجود دارد.

(۳) تأمین مالی مراحل اولیه توسعه شرکت‌های نوآور:

بسیاری از منابع سنتی تأمین مالی در مراحل



برنامه توسعه زیست بوم
شرکت‌های خلاق

تربیون دوم این شماره اختصاص دارد به معرفی شرکت آرکا فیدار انار با "طراحی و تولید کیف و کوله با طرح های بومی" و گفتگو با آقای سید هاشم موسوی عارف



شرکت تولیدی و پخش کیف و کوله انار متشکل از جوانان دغدغه‌مند انقلاب اسلامی است که راه پیشرفت کشور در مسیر ارتقاء تولید ملی در زمینه تولید کیف و کوله دانسته و با تمرکز بر محصولاتی که بر فرهنگ و تربیت کودکان و جوانان این مرز و بوم اثرگذار است، به دنبال فرهنگ‌سازی مصرف کالای ملی با شاخص‌ها و مؤلفه‌های ایرانی و اسلامی است



عمده و مصرف‌کنندگان به صورت تکی در ابتدا به دلیل نوع تولیدات و مقابله با فرهنگ غربی محتوایی مشکلات مختلفی در بازاریابی داشتیم و بحمدالله رفع شده است.



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

استفاده از تکنولوژی نانو در صنعت کیف و استفاده از طراحی و اجرای صنعتی و الگوبرداری از کارخانه‌های بزرگ دنیا و کیفیت مطلوب و

در خور مشتری و مصرف‌کننده ایرانی

مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟ میزان استقبال از محصولات شما چگونه بوده است؟

بنکداران و مغازه‌داران در زمینه‌ی کیف به صورت

هدف شما از ایجاد این کسب و کار چه بوده است؟

فرهنگ‌سازی مصرف کالای ملی با شاخص‌ها و مؤلفه‌های ایرانی و اسلامی و جلوگیری از واردات کالا از کشورهای دیگر و همچنین با توجه به گستردگی بازار نوشت‌افزار و بخصوص صنف سراجی و خلاً تولید ملی در این صنف تضمیم به راهاندازی کارخانه گرفتیم و به حمدالله بازخورد مناسبی دریافت نموده و رو به پیشرفت هستیم.

چه پتانسیل‌ها و فرصت‌هایی در حوزه

نوشت‌افزار دیدید که سراغ این کار او میدید؟ خلاً تولید ملی و بخصوص تولیدات با فرهنگ بومی و گستردگی بازار این صنعت و وابستگی این صنف به واردات

معرفی کلی از محصولی که ارائه می‌کنید بفرمایید.

تولید انواع کیف و کوله‌پشتی برای سنین مختلف و سلایق مختلف و انواع کیف‌های مسافرتی - ورزشی - جامدادی - دوشی



انتظارات شما درخصوص حمایت‌های دولتی مانند برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت های خلاق چیست؟
حمایت‌های مالی، پشتیبانی از تولید ملی، کمک به روند رشد بازار، تشویق و دادن انگیزه به تولیدکنندگان

تعدادی از محصولاتتان را معرفی بفرمایید؟
کیف اداری سه کاره (کوله - دوشی - دستی) - ساک ورزشی دارای محفظه مخصوص قراردادن کفش - کوله‌پشتی نانو - کوله‌پشتی جامدادی دار - کوله کوه ۳۰ لیتری
چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب و کار شما بوده و یا هست؟

- مواد اولیه: تنوع پایین مواد اولیه و عدم ثبات قیمت یکی از اصلی‌ترین مشکلات پیش روی باشد که در چند سال گذشته با توجه به عدم واردات مواد اولیه و کمبود تولیدکنندگان مواد اولیه باعث کاهش تنوع در تولیدات شده.
- موانع اداری: کسب مجوزهای بدون کاربرد.
- عدم حمایت تسهیلات از تولیدکنندگان.

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

با توجه به گستردن صنعت نوشت‌افزار و به خصوص صنف سراجی و خلاهای موجود پیشنهاد می‌شود به دنبال ظرفیت‌های خالی این صنعت رفته و به صورت صنعتی تولید را آغاز نمایند.

چه تعداد نیروهایی در مجموعه شما و با چه تخصص‌هایی مشغول کار هستند؟ (چه سهمی در اشتغال دارید؟)

شرکت آرکا فیدار انار جمعاً دارای ۴۷ عدد نیرو متتشکل از ۱۰ نیروی اداری و ۳۷ نیرو در خط تولید می‌باشد.



برای آینده شرکت چه برنامه‌ای دارید؟
انشاء الله تولیدات انواع مختلف و گسترش سبد محصولات و افزایش کمی و کیفی و پوشش تمام کشور و همچنین صادرات به کشورهای همسایه



سایت:
www.anarproducts.com

ایнстاگرام:

Anar_products



نانوتکنولوژی و پتانسیل آن در صنعت نساجی

Nanotechnology & Its Potential in the Textile Industry

متمرکز است که دارای مقیاس اتمی و مولکولی هستند. نانوذره کوچکترین ذره ای است که اندازه آن بین ۱ تا ۱۰۰ نانومتر می باشد. نانوالیاف با روش های الکتروریسمی و ریسنگی

صنعت نساجی یکی از آلوده کننده های بزرگ محیط زیست است. تولید مواد اولیه، ریسیدن آنها به شکل الیاف، پارچه بافی و رنگرزی؛ مستلزم استفاده از مقدار زیادی آب و مواد شیمیایی مثل آفات (برای پرورش محصولاتی مانند پنبه) است. مصرف کننده نیز به دلیل استفاده از آب، انرژی و مواد شیمیایی در فرآیندهای شستشو، خشکشوبی و اتوکشی، و ریختن میکروپلاستیک ها به آبراه ها، تأثیرات زیست محیطی گسترده ای از خود بر جای می گذارد.

کمتر از نیمی از لباس های غیر قابل استفاده دور ریختنی، برای استفاده مجدد یا بازیافت جمع آوری می شوند، و فقط ۱٪ از آنها به صورت لباس های جدید بازیافت می شوند؛ زیرا فناوری هایی که امکان بازیافت لباس ها را به لباس های جدید فراهم کرده اند، تازه در آغاز راه هستند. متاسفانه نگرانی های زیست محیطی بی شماری در رابطه با رشد صنعت نساجی وجود دارد.

لباسی که می پوشیم می تواند صدمات زیادی به محیط زیست وارد کند. خلق یک آینده پایدار برای رفع این نگرانی ها به کشف گرینه های دیگری نیاز دارد. نانوتکنولوژی یکی از این حوزه های نوظهور برای برخورد با مسئله پایداری و کشف امکانات جدید است. نانوتکنولوژی (NT) با موادی سرو کار دارد که طول آنها از ۱ تا ۱۰۰ نانومتر (nm) متغیر است. یا بهتر بگوییم نانوتکنولوژی یک زمینه تحقیقاتی و نوآورانه است و به طور کلی بر ساخت «چیزها» یا مواد و دستگاه هایی



شکافتی (split spinning) تولید می شوند. یون های فلزی و الکتریسیته ساکن، نقش مهمی در ارتقای ویژگی های نانوالیاف دارند.

مزایای نانوالیاف

- خواص چند منظوره مانند فیلتراسیون خوب و نفوذپذیری بالا
- افزایش استحکام
- افزایش مقاومت در برابر ساییدگی
- قابلیت فیلتر کردن گازهای سمی و عوامل بیماری را
- افزایش مقاومت کششی.

پارچه های ساخته شده از نانوالیاف به صورت طبیعی با چند ویژگی ارتقا می یابند. بعضی اوقات پارچه با ذرات نانو پوشانده می شود تا عملکرد و خصوصیات بهتری پیدا کند. نانو ذرات تلفیقی به سطح ذرات انرژی بخشیده و آن ها را فعال می کنند.

نانوالیاف

بستر نساجی در معرض نانو ذراتی مانند گرافین، نانو لوله های کربنی، و نانو ذرات مختلفی مانند نانوذرات فلزی و اکسیدهای دیگر (مثل اکسید روی) قرار می گیرد. به الیافی که به دلیل استفاده از نانو ذرات، دارای

۵- مقاومت در برابر چروک شدن:

به منظور مقاومت کردن پارچه ها در برابر چروک شدن، معمولاً از رزین در قالب روش های رابج استفاده می شود. با این حال محدودیت هایی در استفاده از رزین وجود دارد که از جمله آنها می توان به کاهش مقاومت کششی الیاف، مقاومت در برابر ساییدگی، کاهش جذب آب و قابلیت رنگ پذیری، و کاهش قابلیت تنفس پذیری پارچه ها اشاره کرد. برای غلبه بر این محدودیت ها از نانو ذراتی مانند دی اکسید تیتانیوم و سیلیکا استفاده می گردد که به ترتیب باعث افزایش مقاومت الیاف پنبه و ابریشم در مقابل چروک شدگی می شوند.

۶- منسوجات خود تمیز شونده:

پارچه ها با استفاده از نانوتکنولوژی می توانند به خودی خود تمیز شوند. از روش های مختلفی برای جلوگیری از چسبندگی خاک به منسوجات و انتشار آلودگی ها از سطح آنها استفاده می گردد. منسوجات دارای سطح زبر، گرینه بهتری برای خود تمیز کنندگی هستند. انرژی جنبشی افت ذرات خاک بر روی پارچه می تواند نتیجه مثبتی به بار بیاورد. نانو ذراتی که در حفره های سطوح زبر منسوجات قرار می گیرند؛ مانع از نفوذ خاک به داخل الیاف منسوجات می شوند. الکترون های موجود در نانو ذرات با سوراخ های موجود در بستر منسوجات ترکیب می شوند. در نتیجه رادیکال های اکسیژن و هیدروکسیل تشکیل می شوند. از آنجاییکه هر دو ناپایدار هستند با خاک و آلاینده ها ترکیب شده و آنها را از بین می بردند. منسوجات خود تمیز شونده در موارد زیر کاربرد دارند:

- منسوجات پزشکی
- اثاث یا لوازم داخلی منزل
- لباس زیر
- منسوجات دفاعی

نتیجه گیری:

نانوتکنولوژی به احتمال زیاد زمینه ساز انقلاب بعدی خواهد بود. این فناوری مرزها را در نوردیده و آنها را پشت سر گذاشت، و به چندین حوزه راه پیدا کرده و آرام آرام به صنعت نساجی نیز رسوخ نموده است. نانوتکنولوژی با پتانسیل های بسیار بالایی که در این حوزه دارد، قطعاً موجی به راه خواهد انداخت. مهمترین مزیت نانوتکنولوژی، مبارزه با ضایعات منسوجات و آلودگی است.

منبع:

www.onlineclothingstudy.com

۳- ضد میکروبی:

برای ادغام خواص ضد باکتریایی از ذرات نقره به اندازه نانو، دی اکسید تیتانیوم، اکسید روی، تری کلوسان و کیتوسان استفاده می شود. نانو ذرات نقره دارای سطح نسبی بسیار بزرگی هستند؛ این امر باعث افزایش سطح تماس آنها با باکتری ها و قارچ ها شده، و اثرات ضد میکروبی و ضد قارچی آنها را ارتقا می دهد. نانو ذرات نقره بسیار واکنش پذیر هستند و از غلظت های کم 0.0005% تا 0.0005% نیز خواص ضد میکروبی خود را نشان می دهند. تماس ذرات با باکتری ها و قارچ ها، بر متابولیسم سلولی آنها تاثیر منفی می گذارد، و رشد سلولیشان را مهار می کند. در ضمن این ذرات می توانند از تکثیر و رشد آن دسته از باکتری ها و قارچ هایی که باعث عفونت، بو، خارش و زخم می شوند نیز جلوگیری کنند.

برخی از نانو ذرات ضد میکروبی مصنوعی

عبارتند از:

- تری کلوسان (Triclosan): یک بیسفنول کلردار و ماده مصنوعی غیر یونی حاوی طیف گسترده ای از عوامل ضد میکروبی است که عمدتاً یا فقط دارای خواص ضد باکتریایی هستند و یا توأمًا دارای ویژگی های ضد قارچی و ضد ویروسی نیز می باشند.

• کیتوسان (Chitosan): یک بیوپلیمر طبیعی است که به عنوان یک عامل ضد باکتری، ضد قارچ، ضد ویروس، غیرآلرژیک و زیست سارگار کارآمد مورد استفاده قرار می گیرد.

- نانو ذرات ZnO: به دلیل خاصیت ضد باکتری و انسداد اشعه ماوae بنفش، به صورت گسترده ای مورد استفاده قرار می گیرند.

۴- ضد الکتریسیته ساکن:

ترکیبی است به منظور کاهش یا حذف تجمع الکتریسیته ساکن که عمدتاً ناشی از اثر برق مالشی است برای عمل آوری مواد یا سطوح آنها مورد استفاده قرار می گیرد. از آنجاییکه الیاف مصنوعی دارای خواص ضد الکتریسیته ساکن ضعیفی هستند، می توان از ذرات نانو برای ارتقای این ویژگی در آنها استفاده کرد. ذراتی در اندازه نانو مانند دی اکسید تیتانیوم، ویسکرها اکسید روی و نانو اکسید قلع آنتیموان (AT) میتوانند خواص ضد الکتریسیته ساکن را به الیاف مصنوعی منتقل کنند. چنین موادی باعث می شوند تا بارهای ساکن جمع شده بر روی پارچه، به صورت موثری متفرق شوند.

بخش از ویژگی های انتقال یافته عبارتند از:

۱- دفع آب:

ویژگی دفع آب از روی پارچه با استفاده از نانو ویسکرها (Nano-whiskers) به وجود می آید؛ آنها هیدروکربن هایی هستند که اندازه شان یک هزارم اندازه الیاف پنبه طبیعی است. زمانیکه نانو ویسکرها به پارچه اضافه می شوند؛ بدون تاثیری بر روی کاهش مقاومت پنبه، یک اثر کرکی (شبیه کرک های میوه هلو) به وجود می آید. فضاهای بین ویسکرهای موجود در پارچه از قطر قطره های آب کوچکترند، اما از مولکول های آب بزرگترند؛ بنابراین آب در بالای ویسکرها و سطح پارچه پاقی می ماند. با این حال اگر به است آب از طریق پارچه عبور کند. این نوع از مهندسی سطح که قابلیت تکرار رفتار آب گریز را دارد؛ می تواند در توسعه مواد شیمیایی خاص برای تولید پارچه های مقاوم در برابر آب و لکه مورد استفاده قرار بگیرد. این پارچه ها علاوه بر این موارد، دارای ویژگی های مکمل مطلوبی مانند تنفس، نرمی و راحتی نیز هستند.

۲- محافظت در برابر اشعه ماوae بنفش:

لباس های محافظت شده در برابر اشعه ماوae بنفش از پوست در برابر پرتوهای زیانبار خورشید محافظت می کنند. مسدود کننده های آلی UV، علاوه بر غیر سمی بودن، در هنگام قرار گرفتن در معرض حرارت بالا و اشعه ماوae بنفش از نظر شیمیایی پایدار هستند. با این حال مسدود کننده های UV غیر آلی، حاوی نیمه رساناها هستند. دی اکسید تیتانیوم و اکسید روی که هم اندازه ذرات نانو و نیمه رسانا نیز می باشند، در جذب و پراکندگی اشعه ماوae بنفش نسبت به ذرات با اندازه معمولی کارآیی بیشتری دارند؛ از این رو می توانند به خوبی از نفوذ اشعه ماوae بنفش جلوگیری کنند. این امر ناشی از این واقعیت است که ذرات نانو دارای سطح جرمی و حجمی بزرگتری نسبت به مواد معمولی هستند و همین امر موجب افزایش اثربخشی حفاظت آنها در برابر اشعه ماوae بنفش می شود. تنها قسمت رویی پارچه در معرض اشعه ماوae بنفش قرار می گیرد؛ بنابراین برای محافظت بهتر در مقابل این اشعه، لازم است که تنها سطح رویی پارچه با ذرات نانو پوشانده شود. از روش سل - ژل برای ادغام ذرات نانو بر روی سطوح می توان استفاده کرد. اسپری کردن (با استفاده از هوای فشرده و تفک افشارنده ای) سطح پارچه با ذرات نانو، یک روش جایگزین برای اعمال ذرات نانو است.



 aparat.com/ircreative

 ircreative@isti.ir

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

 [@ircreative](https://twitter.com/@ircreative)

 بخش پذیرش: ۰۲۱-۸۳۵۳۲۴۷۵

 بخش خدمات: ۰۲۱-۸۳۵۳۲۴۷۶