

نظرات کشورهای مختلف در استفاده از طب سنتی و داروهای گیاهی در درمان کرونا

مخبر
زیستهم

ماهنامه - دی ۱۴۰۱



معرفی خانه خلاق
ونوآوری ترمه

معرفی شرکت فیلم سازان خلاق قاف

اگر از شخصیت‌های خلق شده در فرایند تولید آثار فرهنگی (فیلم و انیمیشن و اسباب‌بازی و ...) در قالب بازارپردازی، توجه نکنیم، به گونه‌ای خام فروشی کرده‌ایم. زیرا بازارپردازی محصول یکی از مهم‌ترین حلقه‌های مفقوده در فعالیت فعالان صنایع خلاق و هم سیاست‌گذاران بوده که در مورد آن اتفاق نظر وجود دارد.

تریبون

معرفی شرکت مهندسی راهکار آفرین آدا
با نرم افزار مدیریت رستوران کلاژ



مقاله

رویکرد فناورانه در تولید محصولات چرمی



شتاب‌دهنده

معرفی مجموعه‌ی اردوچی
شتاب‌دهی شده توسط خانه خلاق و نوآوری ایلسا



فهرست مطالب

یادداشت..... ۴

دبیرخانه واحدهای خلاق ۶

آئین نامه اجرایی توسعه زیست بوم واحدهای خلاق..... ۱۱

اخبار و اطلاعیه ها..... ۷

معرفی خانه خلاق و نوآوری ترمه..... ۱۲

شتاب دهنده..... ۱۴

مقاله دانش آموزی..... ۱۶

غذا و خلاقیت..... ۱۸

مقاله اول، نظرات کشورهای مختلف در استفاده از طب سنتی و داروهای گیاهی در درمان کرونا ۲۲

تریبون اول، معرفی شرکت فیلمسازان خلاق قاف با " تولید انیمیشن و موشن گرافی " ۲۶

گیمینگ، مروری بر فعالیت های سازمان های اثرگذار در صنعت بازی بریتانیا..... ۳۰

کتابخوان ۳۴

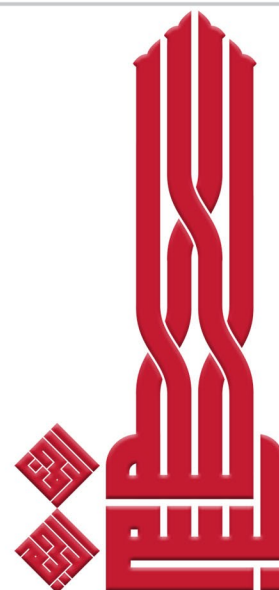
تریبون دوم، معرفی شرکت مهندسی راهکار آفرین آدا با " نرم افزار مدیریت رستوران کلاژ"..... ۳۶

ویترین..... ۳۸

مقاله دوم، رویکرد فناورانه در تولید محصولات چرمی ۴۰

نساجی، تفاوت پنبه و پلی استر..... ۴۴

فراخوان، غنی سازی محتوا در رسانه های زیست بوم خلاق..... ۴۹



مدیر دبیرخانه:

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

تهیه کننده:

- دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

همه ما در مقطعی بعد از خواندن کتاب‌های مصور یا تماشای کارتون و فیلم یا بازی‌های موبایلی و کامپیوتری، طرفدار یا تحسین‌کننده تعدادی از شخصیت‌های واقعی و تخیلی شدیم و خرید محصولات با تصاویر این شخصیت‌ها رو انجام دادیم. از خرید نوشت‌افزار مدرسه گرفته تا لباس، کاور موبایل، لیوان، دکوراسیون کودک و ...

محصولاتی که متأثر از همان شخصیت داستانی در کتاب، فیلم و انیمیشن هست. این تأثیر پذیری که به فروش محصولات به مشتری می‌انجامد به‌عنوان merchandise شناخته می‌شود.

بازارپردازی (merchandise) یکی از مؤثرترین راه‌های موجود برای بهبود کسب‌وکار فرهنگی است. این تجربه با بیش از ۱۰۰ سال سابقه در جهان و نمونه‌های موفق مثل والت دیزنی راهکار مناسبی برای توسعه کسب‌وکارهای فرهنگی است. در بازارپردازی، یک شخصیت دارای محصول محوری مانند انیمیشن یا کتاب تصویری کودک است که بر اساس این محصول محوری، ویژگی‌های شخصیت می‌تواند در عرصه‌های مختلف حوزه صنایع خلاق باز طراحی شود.

صنایع خلاق و بازارپردازی

سید مهدی سادات حیات شاهی
مدیرعامل و عضو هیئت مدیره صندوق
پژوهش و فناوری صنایع خلاق

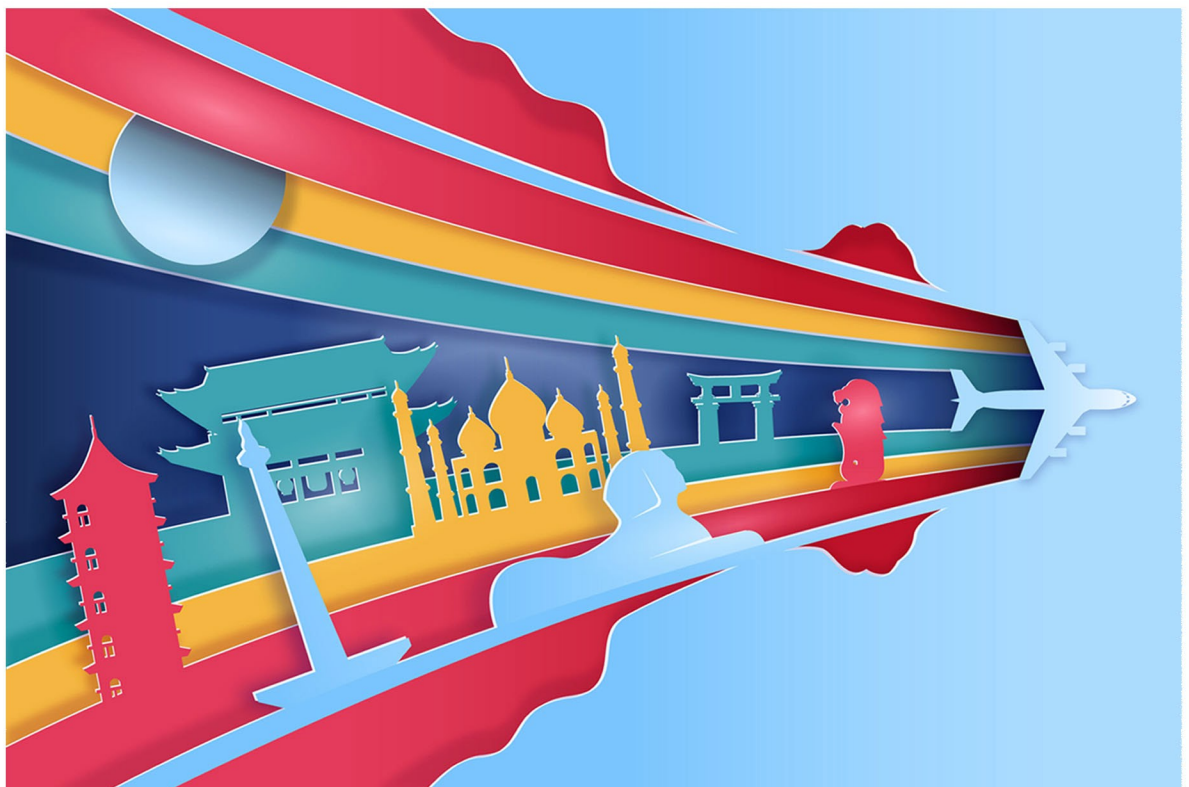


متأسفانه تولیدکنندگان آثار محتوایی و هنری و ساختارهای مدیریتی و سیاست-گذار ایرانی، به اقتصاد حاصل از بازارپردازی توجه نکرده‌اند و در این سال‌ها به موضوع شخصیت‌پردازی به‌طور اخص و به مسئله بازار پردازی به‌طور اعم توجه نشده است. نوجوانان و جوانان خلاق ایرانی با الهام از پیشینه غنی فرهنگی و خلاقیت ذاتی توانمندی‌های بسیاری در خلق آثار پی‌نما و شخصیت‌سازی دارند؛ اما به دلیل عدم توجه کافی، از این ظرفیت استفاده نشده است. همچنین به دلایل مختلف و عدم هماهنگی بین تولیدکنندگان، بازارپردازی در شخصیت‌های داستانی انجام نمی‌گیرد.

به عبارت دیگر اگر از شخصیت‌های خلق شده در فرایند تولید آثار فرهنگی (فیلم و انیمیشن و اسباب بازی و ...) در قالب بازارپردازی، توجه نکنیم، به گونه‌ای خام فروشی کرده‌ایم. زیرا بازارپردازی محصول یکی از مهم‌ترین حلقه‌های مفقوده در فعالیت فعالان صنایع خلاق و هم‌سیاست‌گذاران بوده که در مورد آن اتفاق نظر وجود دارد.

برقراری ارتباط با اجزای مختلف زنجیره صنایع خلاق از فرایندهای اساسی در مسیر ورود بازارپردازی می‌باشد. همچنین فرم محصول از حیث انطباق با استانداردهای فنی و همسویی با ذائقه مخاطبان بسیار مهم است.

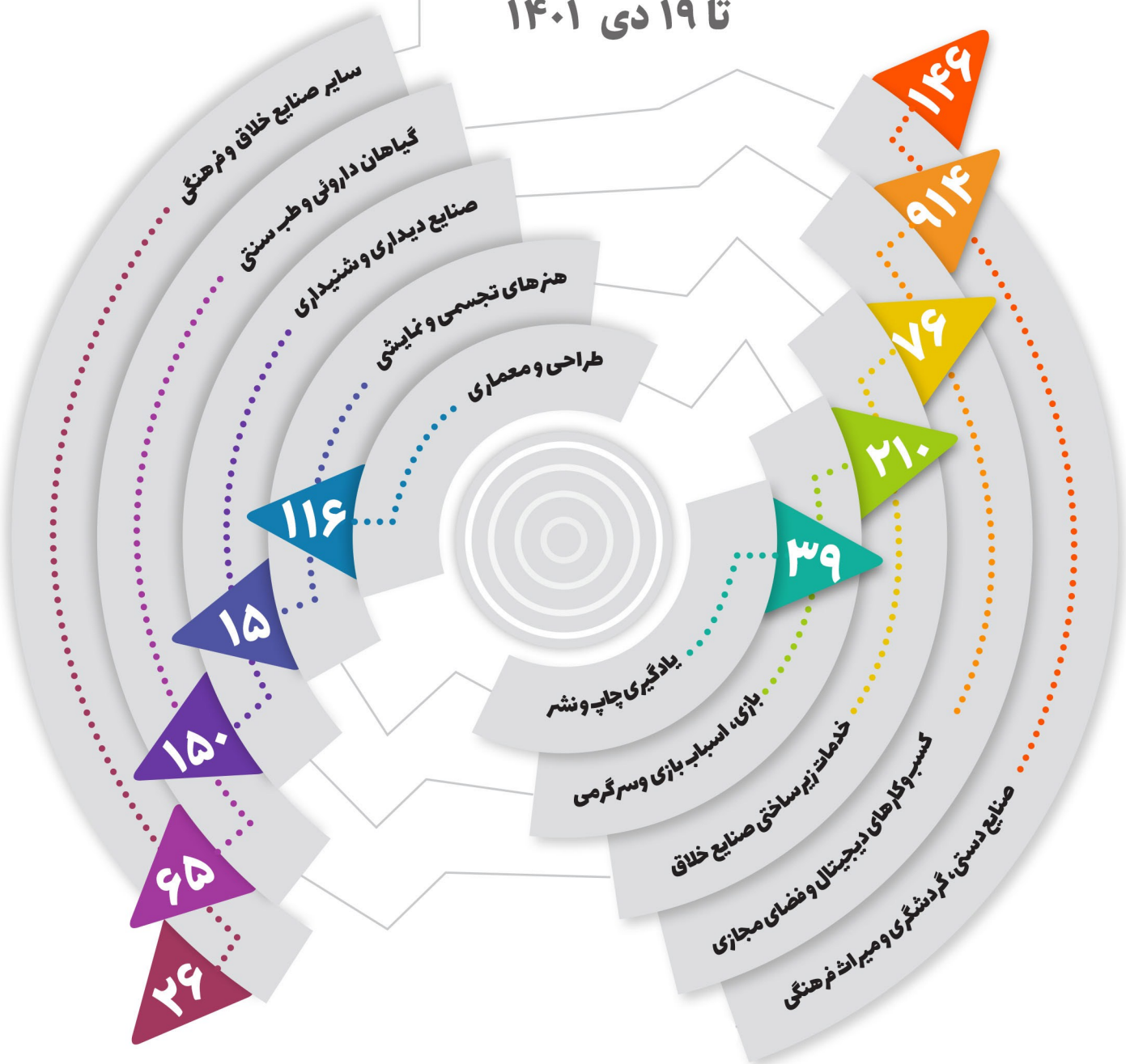
در چند سال گذشته اقدامات پراکنده‌ای برای توسعه هنر پی‌نمایی و طراحی مدل‌های بازارپردازی انجام گرفت اما به دلیل ناهماهنگی مؤثر نبود. خوشبختانه اخیراً شورای فرهنگ عمومی کشور با درک صحیح از اهمیت موضوع، رویدادی تحت عنوان رویداد بازارپردازی در حال برگزاری دارد و از دست اندرکاران مرتبط در آن به ایفای نقش پرداخته‌اند. امید است این رویداد گام مؤثر و مثبتی برای فراگیر شدن موضوع بازارپردازی در بین فعالین عرصه هنر باشد.





آمار شرکت های خلاق بر حسب حوزه فعالیت

تا ۱۹ دی ۱۴۰۱



تعداد شرکت ها: ۱۷۵۷

مراجعه تشخیص صلاحیت: ۱۰۴

تعداد خانه خلاق و نوآوری: ۱۰۰

آیین تجلیل از پژوهشگران و نام آوران دانشگاه علم و صنعت؛ رسالت امروز دانشگاه تربیت فناور و کارآفرین دانش‌بنیان است

آیین تجلیل از پژوهشگران، نام آوران و فناوران دانشگاه علم و صنعت با حضور معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رییس جمهوری برگزار شد.



روح‌الله دهقانی معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رییس جمهوری در این مراسم، مروری بر نقش آموزش و پژوهش در فرآیند اندیشه تا بازار و صنعت داشت.

وی با اشاره به این که در تمامی حلقه‌های این زنجیره، آموزش و پژوهش نقشی کلیدی و راهبردی دارد افزود: اندیشه نخستین ساحت و مرحله ای است که از آن سخن می‌گوییم. علم، ساحت بعدی است و پس از علم، فناوری تجلی می‌یابد. ساحت بعدی نوآوری و ساحت بعد از نوآوری، تولید و ساحت پس از تولید نیز عرضه است.

وی در ادامه افزود: از ترکیب خلاقانه چند فناوری، نوآوری حاصل و از آموزش نوآوری، فرد کارآفرین حاصل می‌شود. پژوهش به شکل گیری محصول اولیه منجر می‌شود و از توسعه محصول، تولید شکل می‌گیرد.

وی با بیان این‌که از آموزش و پژوهش در عرصه تولید، محصول و صنعتگر حاصل می‌شود ادامه داد: ساحت بعدی عرضه است که از آموزش آن، فرد تاجر و از پژوهش در آن، نیاز احصا می‌شود. بنابراین، آموزش و پژوهش دو فرایند هستند که در تمامی ساحت‌های یادشده، از اندیشه تا بازار نقش آفرینی می‌کنند.

دهقانی، با تاکید بر این‌که می‌بایست نقش دانشگاه را در این چرخه به درستی و مبتنی بر الزامات امروز تبیین کنیم، عنوان کرد: زمانی بود که دانشگاه عالم تولید می‌کرد و دستگاه‌ها، نهادها و سازمان‌ها به نیروی انسانی دانش آموخته و آکادمیک نیاز داشتند. اما چندی بعد کشور با احساس نیاز به پیشرفت، گام در مسیر تربیت پژوهشگر گذاشت. امروز اما نیاز جامعه، وجود فرد خلاق و کارآفرین است.

افتتاح ناحیه نوآوری دانشگاه علم و صنعت

با حضور معاون علمی فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری، معاون فناوری و نوآوری وزارت علوم، رییس دانشگاه علم و صنعت از ناحیه نوآوری علم و صنعت رونمایی شد.

در ادامه این مراسم همچنین، فعالان صنایع، پژوهشگران و نام آوران برتر مورد تقدیر قرار گرفتند. ناحیه نوآوری دانشگاه علم و صنعت در فضایی بالغ بر ۳۳۰ هکتار، قرار است در مدت ۵ تا ۱۰ سال به یک هاب فناوری تبدیل شود. معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری، علاوه بر حمایت از شکل گیری این ناحیه نوآوری، شرکت های استقرار یافته در این ناحیه را نیز مورد حمایت قرار خواهد داد.

سرپرست معاونت نوآوری و تجاری سازی فناوری منصوب شد

با حکم معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رییس جمهوری؛ «سرپرست معاونت نوآوری و تجاری سازی فناوری» منصوب شد.



روح‌الله دهقانی معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رییس جمهوری؛ طی حکمی حمید ذوالفقاری را به عنوان سرپرست معاونت نوآوری و تجاری سازی فناوری منصوب کرد.

روح‌الله دهقانی معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رییس جمهوری؛ طی حکمی حمید ذوالفقاری را به عنوان سرپرست معاونت نوآوری و تجاری سازی فناوری منصوب کرد.

دهقانی در این حکم خطاب به ذوالفقاری تاکید کرده است: نظر به مراتب شایستگی و تجارب؛ به

موجب این حکم شما را به عنوان سرپرست معاونت نوآوری و تجاری سازی فناوری منصوب می‌کنم. با توجه به اهداف عالی این معاونت و لزوم برنامه ریزی و تحول در ارتقاء اقتصاد دانش‌بنیان کشور از شما انتظار می‌رود نسبت به انجام ماموریت‌های اصلی این مرکز اهتمام ویژه داشته باشید.

دهقانی در این حکم خطاب به ذوالفقاری تاکید کرده است: نظر به مراتب شایستگی و تجارب؛ به موجب این حکم شما را به عنوان سرپرست معاونت نوآوری و تجاری سازی فناوری منصوب می‌کنم. با توجه به اهداف عالی این معاونت و لزوم برنامه ریزی و تحول در ارتقاء اقتصاد دانش‌بنیان کشور از شما انتظار می‌رود نسبت به انجام ماموریت‌های اصلی این مرکز اهتمام ویژه داشته باشید.



دهقانی: «اقتصاد مغزافزار» دست برتر ایران برای حضور در بازارهای بین‌المللی است

معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رییس‌جمهوری، بر اهمیت و ضرورت توجه به اقتصاد مغزافزار برای حضور قدرتمند در بازار صادرات و عرصه بین‌المللی تاکید کرد.

روح الله دهقانی معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رییس‌جمهوری، در جمع صادرکنندگان خدمات فناوری اطلاعات و محتوای دیجیتال، بر ضرورت توجه به ظرفیت بالای این حوزه و ایجاد زیرساختی جامع برای تعامل و هم‌افزایی تمامی فعالان زنجیره مغزافزار و سهولت در حمایت و تامین نیازهای این عرصه گفت: باید یک کارگروه جامع متشکل از تمامی فعالان توانمند حوزه مغزافزار شکل بگیرد و حمایت، رفع تعارضات و تامین نیازها، از طریق همین کارگروه جامع دنبال شود. فعالان این کارگروه که فعالان دانش‌بنیان و فناور حوزه‌های نرم‌افزاری و اقتصاد دیجیتال هستند، با هم دلی و هم‌فکری می‌توانند نیازهایشان را احصا کنند، پیشنهادهای را ارائه دهند و مشخص کنند که هر بخشی از کشور، چه اقدامی باید صورت دهد. معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری نیز توسعه عرصه مغزافزار را از طریق این کارگروه، به صورت جدی دنبال می‌کند.

سهم بالقوه ایران از «اقتصاد مغزافزار»

وی با تاکید بر این‌که مسیر آینده اقتصاد کشورمان با توجه به ظرفیت‌های برخوردار از آن از جمله نیروی انسانی متخصص و دانش‌آموخته، حوزه مغزافزار است ادامه داد: در ریل‌گذاری آینده کشور، اقتصاد مغزافزار، یکی از مسیرهای بسیار مهم در ریل‌گذاری‌های آینده کشور به شمار می‌رود؛ بنابراین، باید چند موتور پیشران عهده‌دار مسئولیتی سنگین شود و واگن‌های سرگردان در اقتصاد دیجیتال و نرم‌افزار را، به یکدیگر متصل کند تا این چرخ، به حرکت بیفتد. این امر خطیر، بر عهده کارگروهی متشکل از فعالان حوزه مغزافزار است که یک هدف مشخص مانند اقتصاد یک میلیارد دلاری و اشتغال ۱۰ هزار نفری را در چشم انداز ۵ ساله خود داشته باشد.



«اقتصاد مغزافزار» و زبان تعامل ایران با جهان

دهقانی، با بیان این‌که حوزه مغزافزار می‌تواند زبان صادراتی ایران در عرصه بین‌المللی و فرامرزی باشد، ادامه داد: محصول یا خدمت صادراتی، بخشی از هویت هر کشوری به حساب می‌آید و این‌که جمهوری اسلامی ایران، چه محصول یا خدمتی را به بازارهای جهانی ارائه می‌کند، اهمیتی به بلندی اعتبار نام این کشور دارد. مهم است که ایران را با نام‌ها، نشان‌ها، محصولات و خدمات درخور اعتنا و معتبر به جهان معرفی کنیم.

تفاهم‌نامه همکاری میان خانه خلاق و نوآوری صدف و شبکه آموزش سیما

تفاهم‌نامه همکاری میان شرکت صنایع آموزشی و شبکه آموزش سیما منعقد شد تا در بستر خانه خلاق و نوآوری صدف، از ظرفیت‌های



نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق در توسعه عدالت آموزشی استفاده شود. تهیه، تولید و پخش برنامه‌های فاخر آموزشی به صورت مشترک، همکاری در راستای توانمندسازی معلمان و دانش‌آموزان کشور، بهره‌گیری از توانمندی‌های پژوهشی و زیرساختی شرکت صنایع آموزشی در برنامه‌های شبکه آموزش، حمایت از صنایع خلاق و شرکت‌های دانش‌بنیان با موضوعیت آموزش و رسانه در بستر خانه خلاق و نوآوری صدف را می‌توان از جمله مفاد مهم این تفاهم‌نامه دانست.

مجید ابوطالبی مدیر خانه خلاق و نوآوری صدف با اشاره به حمایت شرکت صنایع آموزشی، از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق توانمند در حوزه آموزش عنوان کرد: این

تفاهم‌نامه همکاری با حمایت شرکت صنایع آموزشی و همکاری شبکه آموزش و با محوریت خانه خلاق و نوآوری صدف برای حمایت از شرکت‌های آموزشی-رسانه‌ای، از جمله فعالان عرصه‌های تولید و پخش برنامه‌های آموزش محور در راستای تحقق عدالت آموزشی، صورت گرفته است. شرکت صنایع آموزشی و شبکه آموزشی از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق که با محوریت آموزش و با هدف توسعه عدالت آموزشی ایجاد می‌شوند، به صورت مشترک حمایت می‌کنند. همچنین شرکت صنایع آموزشی در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی وظیفه خود می‌داند که از برنامه‌های فاخری همچون مدرسه تلویزیونی که با همت و ابتکار شبکه آموزش طراحی شده است در حد وسع خود حمایت به عمل آورد.

در قالب این تفاهم‌نامه، استارت‌آپ پلاسما با هدف کشف و استخراج استعداد های مدرسان در سطح کشور طراحی شده است. این استارت‌آپ از طریق برنامه‌های تلویزیونی استعدادیابی طرح‌ها و ایده‌های نوآورانه‌ای که از طریق آن کشف می‌شوند را در قالب استارت‌آپ‌های جدید در خانه خلاق و نوآوری صدف مورد حمایت قرار می‌دهد.

فراخوان رویداد ملی سقاخونه

با حمایت خانه خلاق و نوآوری اشراق و شهرداری زیارت شهرهای ایران، فرصتی ایجاد کردند تا هرکس ایده‌ی نوآورانه‌ای در حوزه زیارت دارد، برای تجاری‌سازی ایده‌ی خودش وارد این رویداد شده و ضمن دریافت جایزه، از فرصت و حمایت‌های ملی و استانی برای تولید و عرضه‌ی محصول و خدمت خلاقانه‌اش بهره بگیرد.

محصولات و خدمات نوآورانه‌ی شما در قامت کسب‌وکارهای استارت‌آپی، توسعه‌یافته و تجاری‌سازی خواهد شد. مراسم اختتامیه رویداد به در جوار حرم شریف حضرت علی بن موسی الرضا علیه‌السلام برگزار خواهد شد.

محورهای رویداد

- ۰۱ فناوری اطلاعات و گردشگری زیارت
- ۰۲ فناوری‌های نرم در حوزه زیارت
- ۰۳ خدمات‌رسانی به زائرین
- ۰۴ فرهنگ میزبانی
- ۰۵ اسکان زائرین
- ۰۶ استقبال از زائر
- ۰۷ سلامت، بهداشت و ایمنی
- ۰۸ امنیت و مدیریت بحران
- ۰۹ مدیریت حمل و نقل (برون شهری و درون شهری)
- ۱۰ مشارکت تشکلهای و فعالیت‌های مردمی و مساجد
- ۱۱ اقتصاد و سوغات زائر
- ۱۲ نشر مکتوب و دیجیتال با محوریت زیارت
- ۱۳ آموزش و یادگیری و تولید محتوا با محوریت زیارت
- ۱۴ هوش مصنوعی و تکنولوژی آموزشی با محوریت زیارت
- ۱۵ تجارت الکترونیک با محوریت زیارت
- ۱۶ میراث فرهنگی، صنایع دستی با محوریت زیارت
- ۱۷ صنایع دیداری و شنیداری با محوریت زیارت
- ۱۸ هنرهای تجسمی و نمایشی با محوریت زیارت
- ۱۹ بازی، اسباب بازی و سرگرمی با محوریت زیارت
- ۲۰ آداب، احکام و اخلاق زیارت

جهت ثبت ایده‌های خود و کسب اطلاعات بیشتر به سایت www.saghakhoneh.ir مراجعه نمایید.

حمایت خانه خلاق و نوآوری «ب» از کسب‌وکارهای آسیب دیده در حوزه صنایع دستی

خانه خلاق و نوآوری «ب» از کسب‌وکارهای حوزه صنایع دستی که به دلیل محدودیت‌های اخیر در فضای مجازی آسیب دیده‌اند حمایت می‌کند.



کافه گالری خانه خلاق و نوآوری «ب» با فراهم کردن فضای فیزیکی جهت ارائه و فروش محصولات صنایع دستی این امکان را در اختیار کسب و کارهای آسیب‌دیده از محدودیت‌های فضای مجازی قرار می‌دهد تا به فروش فیزیکی محصولات خود بپردازند. اولویت پذیرش محصولات نوآورانه و خلاق این حوزه، با شرکت‌های خلاق می‌باشد. کافه گالری خانه خلاق و نوآوری «ب» هم‌روزه (به جز شنبه‌ها)، از ساعت ۱۰ صبح تا ۱۰ شب پذیرای حضور هم‌وطنان هنردوست خواهد بود.

نشانی: میدان انقلاب، جمال‌زاده جنوبی، کلهر، نبش نوفلاح، خانه استاد حسین بهزاد، خانه خلاق و نوآوری «ب»
تلفن تماس برای هماهنگی: ۰۹۹۶۰۸۲۳۵۸۲



گزارشی از برگزاری دوازدهمین نمایشگاه تخصصی گردشگری، صنایع دستی و هتلداری اصفهان

این نمایشگاه که به همت خانه خلاق و نوآوری آفتاب برگزار گردید و با ۱۸۵ شرکت و انجمن فعال در حوزه‌های مختلف از جمله صنایع دستی و گردشگری، آژانس‌های مسافرتی، شرکت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، بوم‌گردی‌ها، شهرداری استان‌ها و بیمارستان‌های فعال شهر اصفهان در حوزه گردشگری سلامت و جامعه هتلداران در ۵ هزار و ۶۰۰ مترمربع فضای نمایشگاهی حضور پیدا کردند. نمایشگاه میزبان مهمانانی از کشور پاکستان، سنگال، مالزی و ازبکستان نیز بود.

نمایشگاه گردشگری، صنایع دستی و هتلداری با محوریت نمایشگاه بین‌المللی اصفهان و همکاری سازمان میراث فرهنگی، شهرداری و اتاق بازرگانی اصفهان برپا شد که طی پنج‌روز برگزاری میزبان مدیران مجموعه‌های گردشگری، صنایع دستی و هتلداری سایر استان‌ها بود. شماری از مدیران اقتصادی استان اصفهان، مدیران شهری و اعضای شورای اسلامی شهر اصفهان، استاندار اصفهان و از معاونان وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از این نمایشگاه بازدید و با فعالیت مشارکت‌کنندگان و دغدغه



های آنان آشنا شدند. نمایشگاه از تاریخ ۷ تا ۱۱ مهرماه در مکان نمایشگاه بین‌المللی اصفهان با حضور ۷۰۰۰ بازدیدکننده برگزار گردید.

مقامات شرکت‌کننده در افتتاحیه

جناب آقای دکتر طحانیان: مدیرعامل شرکت نمایشگاه بین‌المللی اصفهان
 جناب آقای دکتر ایزدی: مشاور محترم وزیر و مدیرکل میراث‌فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان
 جناب آقای دکتر مقتدایی: نماینده محترم مردم شهرستان اصفهان در مجلس شورای اسلامی
 جناب آقای دکتر شال‌بافیان: معاون محترم گردشگری وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
 سرکار خانم دکتر جلالی: معاون محترم صنایع دستی وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی

مقامات بازدیدکننده از نمایشگاه

جناب آقای دکتر مرتضوی: استاندار محترم اصفهان
 جناب آقای دکتر قاسم‌زاده: شهردار محترم اصفهان
 جناب آقای مهندس سامع: عضو محترم هیئت‌رئیس و رئیس کمیسیون سلامت، محیط زیست و خدمات شهری شورای اسلامی شهر اصفهان
 جناب آقای مهندس حاج رسولی‌ها: رئیس محترم کمیسیون اقتصادی، حقوقی و گردشگری شورای اسلامی شهر اصفهان
 جناب آقای مهندس فلاح: رئیس محترم کمیسیون هوشمند سازی و حمل و نقل شورای اسلامی شهر اصفهان
 جناب آقای مهندس کمیلی: رئیس محترم سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان
 جناب آقای دکتر کوهستانی: مدیرکل محترم گمرکات استان اصفهان
 دکتر بانکی پور فرد: نماینده محترم مردم شهرستان اصفهان در مجلس شورای اسلامی
 سرکار خانم صالحی: نماینده محترم مردم شهرستان مبارکه در مجلس شورای اصفهان
 جناب آقای دکتر کیانی: معاون محترم اجرایی شرکت نمایشگاه اصفهان
 جناب آقای حدادی: معاون محترم توسعه منابع انسانی، مالی و پشتیبانی شرکت نمایشگاه اصفهان



هدف گذاری	درصد از کل	تعداد	زمینه فعالیت
۴۰٪	۱۱/۶٪	۱۰	صنایع دستی
۳۰٪	۲۳/۳٪	۲۰	گردشگری
۵٪	۱۱/۶٪	۱۰	گردشگری سلامت
۳٪	۳/۰٪	۳	خدمات فناوری و اطلاعات و دیجیتال حوزه گردشگری و صنایع دستی
۱۰٪	۱۰/۵٪	۹	زیرساخت ها و تجهیزات صنعتی هتل، گردشگری و صنایع دستی
۱۰٪	۳۸/۴٪	۳۳	سرمایه گذاری در حوزه های مختلف گردشگری و صنایع دستی
۲٪	۱/۲٪	۱	سایر
۱۰۰٪	۱۰۰٪	۸۶	جمع کل

آئین نامه اجرایی توسعه زیست بوم واحدهای خلاق

بخش چهارم

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

ماده ۲) این آئین نامه به منظور تحقق اهداف زیر تدوین شده است:

- ۲-۱ توسعه زیست بوم نوآوری و فناوری در کشور و تبیین و ارتقاء سهم شرکت های خلاق در اقتصاد
- ۲-۲ توسعه اشتغال زایی پایدار بر پایه کاربردی سازی و تجاری سازی صنایع خلاق، نرم، فرهنگی و علوم انسانی و اجتماعی، کارآفرینی برای نیروهای انسانی تحصیل کرده، دارای استعداد و مهارت و توسعه کیفی مشاغل
- ۲-۳ فعال نمودن مشاغل مبتنی بر نوآوری و فناوری در مناطق محروم و کم برخوردار
- ۲-۴ ایجاد و تقویت نمانام (برند) های واحدهای خلاق در صنایع و محصولات فرهنگی کشور و خدمات جدید مبتنی بر فناوری و نوآوری
- ۲-۵ تقویت صادرات و همکاری های بین المللی در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی و کسب و کارهای نوآورانه
- ۲-۶ توسعه بازار و کیفیت محصولات و خدمات واحدهای صنایع خلاق
- ۲-۷ توسعه خانه های خلاق و نوآوری، کارخانه های نوآوری و پارک های علم و فناوری فعال در دامنه زیست بوم صنایع خلاق به عنوان بستر و زیرساخت های اصلی تبدیل ایده به محصول و تجاری سازی و توسعه کسب و کارهای نوآفرین.
- ۲-۸ توسعه خدمات و سازمان های ارائه دهنده محصولات و خدمات زیرساخت جهت تأمین، تسهیل و تسریع نیازمندی های مرتبط با واحدهای خلاق
- ۲-۹ ترویج و آموزش فرهنگ نوآوری و کارآفرینی بر پایه صنایع خلاق و فرهنگی.

ماده ۳) به منظور سیاست گذاری و تصویب فرآیندهای اجرایی، معیارهای تشخیص مصادیق واحدهای خلاق، برنامه های خدماتی و حمایتی و نظارت بر حسن تحقق اهداف آئین نامه، کارگروهی با ترکیب زیر تشکیل می شود:

- | | | | |
|-----|--|------|---|
| ۳-۱ | معاون علمی و فناوری رئیس جمهور (رئیس کارگروه) | ۳-۱۰ | نماینده وزارت آموزش و پرورش |
| ۳-۲ | دبیر ستاد فناوری های نرم و توسعه صنایع خلاق (دبیر کارگروه) | ۳-۱۱ | نماینده وزارت صنعت، معدن و تجارت |
| ۳-۳ | رئیس مرکز امور شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان | ۳-۱۲ | نماینده وزارت علوم، تحقیقات و فناوری |
| ۳-۴ | معاون سیاست گذاری و توسعه | ۳-۱۳ | نماینده وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی |
| ۳-۵ | معاون توسعه مدیریت و جذب سرمایه | ۳-۱۴ | دو نفر اشخاص حقیقی متخصص در حوزه فناوری نرم و صنایع خلاق، به انتخاب رئیس کارگروه |
| ۳-۶ | رئیس مرکز توسعه فناوری های راهبردی | ۳-۱۵ | نماینده سایر بخش های معاونت و دستگاه های مرتبط (به تشخیص رئیس یا دبیر کارگروه بر حسب موضوع) |
| ۳-۷ | نماینده شورای عالی انقلاب فرهنگی | ۳-۱۶ | نماینده صندوق نوآوری و شکوفایی |
| ۳-۸ | نماینده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی | | |
| ۳-۹ | نماینده وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی | | |



معرفی خانه خلاق و نوآوری ترمه

و گفت و گو با آقای امیر عسگری



خانه خلاق و نوآوری ترمه با مشارکت و حمایت دانشگاه تهران و به عنوان بازوی اجرایی و توسعه دهنده در حوزه نوآوری و خلاقیت و با حوزه مأموریتی نوآوری اجتماعی شکل گرفت. این خانه خلاق در بدو تأسیس، دو وظیفه اصلی توسعه نوآوری در حوزه صنایع خلاق و فناوری های نرم و همچنین زیست بوم سازی و ایجاد بازیگران کلیدی در این حوزه با تمرکز بر نقش تسهیلگری دانشگاه تهران را برعهده گرفت.

فعالیت خانه خلاق و نوآوری ترمه به چه

صورت است؟

خانه خلاق و نوآوری ترمه، در حوزه زیست بوم سازی با توجه به اصل فرصت سازی نهادی فعالیت می کند. این اصل بیان می کند که از طریق اجماع نهادهای کسب و کاری، نهادهای متولی دولتی و حاکمیتی و همچنین کنشگران خالق ارزش، چه فرصتهایی برای تأسیس و توسعه کسب و کار ایجاد می شود؛ لذا این خانه خلاق و نوآوری، فرصت های حاصل را شکل دهی کرده و آن ها را شتاب دهی می نماید. از طرفی دیگر، تربیت کنشگران فضای نوآوری و شبکه سازی فی مابین در بین این اهالی این حوزه از طریق برگزاری رویدادهای نوآوری همچون بوت کمپ ها، رویدادهای سرمایه گذاری، احصای نیاز و چالش و در نهایت حل مسئله، از دیگر فعالیت های خانه خلاق و نوآوری ترمه می باشد.

آیا در حوزه تخصصی فعالیت می کنید؟

خانه خلاق و نوآوری ترمه با حوزه مأموریتی نوآوری مبتنی بر فرصت در چارچوب نوآوری اجتماعی، می کوشد تا نهادها و سازمان ها را به کنشگران حوزه نوآوری از طریق تعریف کارویژه هایی هدفمند متصل نماید. از این رو ترمه:

- یک نهاد تخصصی در حوزه نوآوری به صورت عام و حوزه نوآوری در صنایع خلاق و فناوری های



ظرفیت خانه خلاق و نوآوری ترمه چقدر است

و چه میزان از آن در حال استفاده است؟

این خانه خلاق و نوآوری در همکاری راهبردی با دانشگاه تهران فعالیت می کند؛ لذا ظرفیت مکانی و زیرساختی خوبی در حوزه پذیرش تیم و ارائه خدمات در حوزه نوآوری را داراست. بصورت کلی ما در خانه خلاق و نوآوری ترمه، توانایی پذیرش ۶ تیم در ستاد و ۶ تیم در سایر دفاتر را داریم.

نحوه پذیرش در خانه خلاق و نوآوری ترمه به

چه صورت انجام می شود؟

خانه خلاق و نوآوری ترمه در رویدادهای متنوعی

نرم به صورت اختصاصی است.

- نهادی اکوسیستم ساز است که می کوشد از طریق فضا سازی نهادی در بدنه دانشگاه تهران، به عنوان یک کنشگر فرصت ساز در فضای نوآوری شناخته شود.

- یک نهاد تسهیلگر نوآوری است که می کوشد تا فرصت های به دست آمده را به کنشگران دارای ظرفیت متصل نماید.

- یک بستر تحقیق و توسعه در حوزه نوآوری به خصوص نوآوری اجتماعی است که می کوشد بازیگران اختصاصی حوزه نوآوری را در برنامه هایی هدفمند متصل سازد.

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

به صورت کلی، تعالی زیست بوم در حوزه بازیگران خرد و کلان و اصلاح مدل های همکاری نهادی و توسعه سرمایه گذاری در زیست بوم نوآوری صنایع خلاق و اجتماعی را به عنوان کلان برنامه این حوزه می دانیم. در این بخش، پیشنهادات زیر نیز به حضور تقدیم می شوند.

- ایجاد مدل دقیق و هدفمند برای توسعه خانه های خلاق و نوآوری مبتنی بر ظرفیت های بالادستی و همچنین مدل های توسعه منطقه ای و سرمایه گذاری مبتنی بر تأثیر
- ایجاد شبکه های خالق ارزش مالی و غیرمالی برای خانه های خلاق و شرکتهای شرکتهای خلاق
- ایجاد برنامه مبتنی بر خروجی و شاخص های اندازه گیری دقیق برای تأمین سرمایه بذری و توسعه ای در حوزه صنایع خلاق
- ایجاد مدل صحیح تعریف نیاز و حل مسئله در بخش های حاکمیتی و خصوصی توسط ظرفیت های خانه های خلاق و نوآوری و شرکت های خلاق
- توسعه بازیگران کلیدی و ضروری در راستای ایجاد زیست بوم نوآوری های نرم
- ایجاد ارتباط صحیح و درگاه های تعاملی دقیق مابین شرکتهای خلاق و نهادهای مختلف
- تأمین محتوا و ترویج در حوزه صنایع خلاق و فناوری های نرم
- ایجاد مدل های داده محور و نظام صحیح تصمیم سازی در سیاست گذاری های فناوری در حوزه صنایع خلاق و فناوری های نرم

برنامه های توسعه ای شما برای آینده چیست؟

خانه خلاق و نوآوری ترمه قصد دارد تا کنشگران تخصصی در حوزه نوآوری اجتماعی را تربیت کرده و آنان را برای توسعه زیست بوم در قالب سفیران به کار گیرد.

همچنین، توسعه بازیگران کلیدی در حوزه نوآوری اجتماعی در قالب هسته های نوآور درونی و ارتباط با بازیگران کلیدی کشور در حوزه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، علمی و فناوری و ایفای نقش مؤثر در زیست بوم نوآوری از جمله برنامه های توسعه این خانه خلاق و نوآوری محسوب می شود. به بیان دیگر، خانه خلاق و نوآوری ترمه در برخی حوزه ها به ساختار سازی و در برخی دیگر از حوزه ها به ایجاد جامعه کنشگران و همچنین زیرساخت سازی برنامه ای برای توسعه اکوسیستم نوآوری صنایع خلاق و نوآوری اجتماعی می پردازد. همچنین، این خانه خلاق و نوآوری، ایجاد فرصت مبتنی بر نیاز و همچنین بازار سازی را به عنوان ماهیتی می داند که توسعه آن برای این زیست بوم حیاتی است؛ لذا ایجاد ارکستر ای نهادی و فردی در راستای توسعه مشارکت مابین ارکان زیست بوم نوآوری، زیست بوم نوآوری صنایع خلاق و همچنین زیست بوم اجتماعی به عنوان یک ضرورت غیر قابل چشم پوشی تلقی می گردد. از طرفی دیگر خانه خلاق و نوآوری ترمه قصد دارد تا در این راستا به عنوان یک محرک توسعه زیست بوم عمل نماید.



به عنوان برگزار کننده یا حامی مشارکت میکند و از این طریق به پذیرش تیم اقدام می ورزد. علاوه بر این موضوع، به صورت اینترنتی و از طریق وبسایت خانه خلاق و نوآوری ترمه به آدرس: www.termeh-house.ir نیز امکان پذیرش تیم در دسترس مخاطبان قرار دارد.

بزرگترین چالشی که تجربه کرده اید چه بوده است؟

فقدان وجود خرده زیست بوم های بلوغ یافته در حوزه صنایع خلاق و نوآوری اجتماعی و همچنین فقدان توسعه زیست بوم نوآوری اجتماعی در کشور در کنار فقدان وجود برنامه راهبردی برای توسعه زیست بوم نوآوری در حوزه صنایع خلاق و فناوری های نرم به عنوان بزرگترین چالش های پیش روی خانه خلاق و نوآوری ترمه قلمداد می شوند. از طرفی دیگر، زیرساخت های قانونی و سرمایه اجتماعی کشور در حوزه صنایع خلاق و نوآوری اجتماعی هنوز متبلور نشده است و در این حوزه با ضعف های زیادی مواجه می باشیم.

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

بزرگترین دارایی خانه خلاق و نوآوری ترمه، شبکه متخصصین و دانش انباشته این خانه خلاق و نوآوری در حوزه زیست بوم نوآوری و اجتماعی است که امکان تأسیس و توسعه کسب و کار را برای مخاطبان تسهیل می بخشد. تجهیزاتی نظیر فضای کاری، اینترنت، شبکه سازی با فعالان زیست بوم، سرمایه اولیه، دارائی های نامشهود نظیر دانش، تخصص و همچنین آموزش از دیگر امکاناتی است که خانه خلاق و نوآوری ترمه ارائه می دهد.



راه های ارتباطی :

سایت:

www.termeh-house.ir

اینستاگرام:

termehhouse

آدرس:

تقاطع خیابان وصال و بلوار کشاورز، کوچه دکتر محمد علی اسلامی ندوشن، ساختمان موسسه مطالعات اجتماعی دانشگاه تهران، طبقه ۴ واحد ۷

معرفی مجموعه ای اردوچی

شتابدهی شده توسط خانه خلاق و نوآوری ایلسا

وی افزود: ما در حوزه بین الملل در چند کشور فستیوال های متعددی را برگزار کردیم. با توجه به اینکه ما در برخی حوزه ها اردوهای پرتابل داریم و در مدارس این اردوها را برگزار کردیم؛ چند کشور ما را برای طراحی بازی در قالب نظام های آموزشی، تشکلات دانشجویی، طراحی، تجهیز و ارائه مدل دعوت کردند. مدیرعامل اردوچی عنوان کرد: در مجموعه اردوچی از کشورهایی مثل عراق، سوریه و لبنان مسافرهایی به ایران داشتیم و در حوزه بین الملل کماکان برنامه داریم تا بتوانیم برخی از استارتاپ های حوزه بازی، سفر و تفریح را از کلیه کشورهای جهان به ایران دعوت کنیم تا هم با ایران و بازی های ایرانی آشنا شوند و هم

فضای شاد و دوستانه رقم خواهیم زد. او درباره ایده این کار اضافه کرد: بنده در یک مجموعه فعالیت داشتم که محصولات فرهنگی را به مدارس تولید عرضه می کردیم؛ پس از مدتی متوجه شدم مدارس دارای ضعف محتوایی هستند و نمی دانند چه محصولاتی را برای مناسبت های مختلف برای هدیه به دانش آموزان تهیه کنند، بنده و دوستانم تصمیم گرفتیم که اردوهای متعددی را در مدارس برگزار کنیم تا ضعف آن ها رفع شود و کار آن قدر اوج گرفت که مجبور به جمع آوری تیم مناسب و مکان ثابت برای فعالیت شدیم. جواد قائمی زاده ادامه داد: بعد از شرکت در برنامه تلویزیونی «میدون» و دیده شدن و

اردوچی یک پلتفرم برگزاری اردو با نگرش همکاری و آموزش فرزند و خانواده است. ویژگی هایی همچون امکانات ویژه برگزاری اردو و فعالیت ها و بازی های خاص وجه تمایز آن با دیگر استارتاپ های حوزه فعالیت های آموزشی و تفریحی گروهی بوده. این پلتفرم قصد دارد در ادامه مسیر خود فضایی برای ارائه تیم های مشابه را فراهم آورد تا مرجعی برای اردوهای هیجانی گردد.

جواد قائمی زاده مدیرعامل مجموعه اردوچی گفت: از صد در صد آموزش ۷۰ درصد اردوهای ما آموزش پنهان است.

جواد قائمی زاده مدیرعامل مجموعه اردوچی با ما به گفتگو نشست. در ابتدای مصاحبه جواد قائمی زاده ضمن معرفی خود درباره ساز و کار مجموعه اردوچی گفت: بنده متولد سال ۱۳۷۲ دارای مدرک تحصیلی دکتری برنامه ریزی درسی متخصص و علاقه مند در حوزه گیمیفیکیشن (بازی وارسازی) آموزش از نوع فیزیکی هستم.

اردو یک فعالیت محتوا محور و مربی محوری است.

از صد در صد آموزش ۷۰ درصد آن آموزش پنهان است. آموزش پنهان آموزشی است که بچه ها در محیط کار را یاد می گیرند و در هیچ کلاس رسمی آموزش نمی بینند، به عبارت دیگر با تماشا کردن و تبلیغات آن ها را به طور جدی می آموزند؛ یکی از مصداق بارز این موضوع را در دوران کرونا برای رعایت پروتکل های بهداشتی مشاهده کردیم.

مدیرعامل مجموعه اردوچی تأکید کرد: مجموعه ما برای هفتاد درصدی که در آستانه حذف است ایده هایی را طراحی کردیم که در

دنبال چی میگردن؟

صفحه نخست اردوها وبلاگ تماس با ما درباره ما

معرفی اردوها

اردوهای هیجانی فصل رویش

مجموعه ای بهم پیوسته از فعالیت های آبی، خاکی و هوایی که بصورت تفریحی-آموزشی در اردوگاه های تخصصی فصل رویش برگزار می شود. راپل، زیپ لاین، تیراندازی با کمان - تپاچه - سلاح بادی، پینت بال، لیزرنگ، آرچری نگ، جت اسکی، قایق موتوری، قایق کایاک، موتور چهارچرخ، ماشین باگی، ستاره شناسی، کوربوزی، جنگل گردی از جمله برنامه های اردوی هیجانی فصل رویش است که بصورت سناریو محور و در قالب مسابقه گروهی اجرا می گردد.

بریم اردو



مدل های مختلف بازی را مورد بررسی قرار دهیم. همچنین برنامه هایی مثل راه اندازی فستیوال های جهانی به میزبانی کشورهای مختلف، طراحی بازی های بومی برای کشورها و انتقال فرهنگ از طریق بازی را در دستور کار قرار دادیم.

جذب مخاطب، فاز سفرهای خانوادگی و اردوهای سازمانی را راه انداختیم. اعضای تیم اردوچی متشکل از جوانانی است که استعداد، انگیزه کار فرهنگی تربیتی و خلاقیت و تجربه فعالیت در مدارس و مساجد دارند و یا تعدادی از آنان تحصیلات مربوطه را داشتند که این تحصیلات می تواند برای آن ها تجربه خوبی باشد.

مدیرعامل مجموعه اردوچی در پایان سخنانش گفت:

حمایت‌های دولت می‌تواند دادن پروژه‌هایی برای سازمان‌های زندان‌ها، کودکان استثنایی انجمن‌های معلولین خاص و یا در اختیار دادن فضاهای خوب و معرفی مجموعه اردوچی به مدارس و دانشگاه‌ها و امثالهم باشد.



قائم‌زاده با بیان اینکه سرمایه اولیه آن‌ها هزار تومان برای تبلیغات و پوستر زدن بود گفت: برای شروع کار اول با سراهای محله کاروان مشهد راه‌اندازی کردیم و سپس اردوهای مشهد مدارس را گرفتیم، باگذشت زمان با اردوگاه‌ها هماهنگ کردیم و در آنجا مستقر شدیم.

بعدها با سرمایه‌گذاری مالکین مجموعه به رشد رسیدیم، در حال حاضر مالکین مجموعه اردوچی ۹۰ درصد بنده ک ۱۰ درصد شتاب دهنده ایلسا است.



اردوهای گردشگری سیمرخ

در سفرهای گردشگری سیمرخ انتخاب مقصد سفر توسط مشتریان صورت می‌گیرد.

اردوهای مثل : اصفهان، کاشان، یزد، کیش، قشم، گیلان، مازندران، بومگردی و ... که بصورت سناریو محور در کنار چالش‌های هدفمند جهت معرفی بیشتر اماکن گردشگری، صنایع دستی و آداب و رسوم‌ها در قالب مسابقه و حل مسئله اجرا می‌گردد.

بریم اردو

اردوهای درون مدرسه‌ای هفت‌سنگ

آموزش و اجرای برنامه‌های مهارت‌آموزی به همراه ورزش‌های تفریحی و مهیج، با استفاده از تجهیزات قابل‌حمل به درون مدارس، مساجد، دانشگاه‌ها، ادارات و پارک‌ها با کادر اجرایی متخصص خانم و آقا. از جمله تجهیزات و برنامه‌های تفریحی آموزشی اردوی هفت سنگ می‌توان به لیزرنگ، آرچی نگ، تیراندازی با سلاح بادی، تیروکمان، تپانچه، رادیو کنترل، اتاق فرار، بردگیم (بازی‌های رومیزی هدفمند) دارت، تنی بال، برج هیجان، دومینو و بازی‌های گروهی همچون کارگاه مهارت‌های کاربردی مثل: لوله‌کشی، اورگانی، سوخته‌نگاری، عروسک‌سازی و کلی آموزش‌های کاربردی اشاره کرد.

بریم اردو



راه‌های ارتباطی:

سایت:

www.ordoochi.ir

اینستاگرام:

ordoochi.ir

تلفن:

۰۲۱۸۸۸۵۴۳۲۲

شایان به ذکر است جواد قائمی‌زاده آینده‌کسب و کارشان را خیلی خوب پیش‌بینی کرد و از بین ۱۶ میلیون دانش‌آموز و ۵ میلیون دانشجویان اعلام کرد: دست‌کم و در بدترین حالت ۶ تا ۷ میلیون نفر می‌تواند جز مخاطبین ما قرار گیرند که تحقق یک میلیون یوزر را تا سالیان آینده زیاد دور نمی‌بیند.



بیولوژیک دیابت

دیابت بیماری است نزدیک؛ به اندازه سایه پشت سرمان دیابت یکی از سهمگین‌ترین بیماری‌های جهان که آمار بسیار زیادی از مردم را تحت پوشش خود قرار داده است. این بیماری پرهزینه‌ای است که درمان قطعی ندارد و بیماران را با چالش‌های نظیر قطع عضو، نابینایی، نارسایی کلیه و... که خطرناک‌ترین آن مرگ فرد است روبه‌رو می‌کند.

دیابت قندی، سندرمی شامل اختلال‌های متابولیکی، عروقی و عصبی وابسته به هم می‌باشد. مشخصه اختلال متابولیکی، تغییر متابولیسم کربوهیدرات‌ها، چربی‌ها و پروتئین‌ها ناشی از کمبود نسبی یا مطلق ترشح انسولین و یا مقاومت نسبت به اثر انسولین در سلول‌های هدف است. دیابت قندی بیماری شناخته شده روزگار باستان بوده و قدمت طولانی دارد. اصطلاح دیابت که از یک واژه یونانی به معنی جاری شدن اکتباس گردیده، اولین بار توسط ارسطو در قرن دوم قبل از میلاد برای توصیف حالت‌هایی که باعث پر ادراری می‌شوند، بکار برده شد. طعم شیرین ادرار در قرن ۵ الی ۶ قبل از میلاد توسط پزشکان هندی توصیف شد، اما در قرن ۱۷ بعد از میلاد فردی به نام توماس ویلیس توانست دیابت قندی را از سایر حالت‌های پر ادراری افتراق دهد. ابوعلی سینا (۳۵۹ تا ۴۱۶ شمسی) نیز در کتاب قانون خود توصیف دیابت قندی را شرح داده بود.

شاید یکی از نزدیکان‌تان به بیماری دیابت مبتلا شده باشد یا شاید هم خودتان این بیماری را تجربه کرده باشید. همه‌ی ما می‌دانیم که این بیماری افراد خیلی زیاد را تحت پوشش خودش قرار داده است که طبق آمار سالانه ۴۶۰ میلیون



نفر در جهان به دیابت مبتلا می‌شوند از این آمار سهم ایران ۵/۵ میلیون نفر است. این بیماری برخلاف بیماری‌های دیگر عوارض مختلفی را به فرد مبتلا شده تحمیل می‌کند یکی از این عوارض قطع عضو است، در کشوری مثل آمریکا که از نظر پزشکی و درمان پیشرفته است سالانه ۷۰ هزار قطع عضو غیر دراماتیک رخ می‌دهد، در کشور پیشرفته دیگری مثل انگلستان سالانه ۵ هزار قطع عضو دارد که با هزینه‌هایی که در این زمینه انجام می‌دهند. برای هر پای انسان ۲۵ هزار پوند هزینه می‌کنند و در نهایت در جهان طبق آمار سازمان جهانی بهداشت سالانه ۱ میلیون قطع عضو برای مبتلایان به این بیماری ثبت شده است. یکی دیگر از عوارض بیماری نابینا شدن افراد مبتلا به بیماری است که متأسفانه سالانه افراد



بسیار زیادی در جهان رنگ طبیعت را دیگر هیچ وقت نمی بینند.

این بیماری عوارض بسیار زیاد دیگر هم دارد که نارسایی کلیه دیگر خطری است که بیماران را تحدید می کند.

در آخر سهمگین ترین خطری که بیماران را تحدید می کند مرگ است، در دنیا هر سال حدود ۴ میلیون نفر بر اثر این بیماری فوت می کنند یعنی در هر ۶ ثانیه یک نفر و در هر دقیقه ۱۰ نفر جان خود را از دست می دهند.

با مشاهده این آمار به سراغ هزینه هایی که کشورها برای درمان دیابت انجام داده اند می رویم:

کشور آمریکا در سال ۲۰۰۷ هزینه ای بالغ بر ۱۷۴ میلیارد دلار معادل اینکه برای هر فرد ۱۰ هزار دلار هزینه کرده است تا اینکه آمار کاهش یابد. در کشور ایران هزینه دیابت سالانه حدود ۴ میلیارد دلار است.

طبق آمار سازمان جهانی بهداشت جهان ۳۷۵ میلیارد دلار سالانه هزینه دیابت می کنند.



حال به این پرسش میرسیم که تا به حال چه اقداماتی برای درمان دیابت انجام داده اند:

کشورهای پیشرفته دنیا همواره در سعی هستند که در قدم اول جلوگیری از ابتلا شدند و در قدم دوم درمان مبتلایان را انجام دهند.

متأسفانه تا به حال درمان قطعی برای درمان دیابت به ثبت نرسیده است و برای بیماران داروهای شیمیایی برای کاهش قند خون تجویز می شود که این نوع داروها علاوه بر ضررهایی که ممکن است به فرد مصرف کننده وارد کند حتی بیماری دیابت را هم همیشه درمان نمی کند و فقط کاهش موقت قند خون را در بیماران شاهد هستیم.

در طب سنتی چینی به مصرف غذاها و اعمالی روی فرد بیمار ذکر شده است اما نتیجه قطعی بخشی ذکر نشده است.

در طب ایرانی اسلامی به خواص گیاهان و دستورات عمل های مختلفی برای درمان اشاره شده است و برای بیمارانی هم مثمر ثمر بوده است ولی روشی صد درصد به ثبت نرسیده است.

دانش آموز پژوهشگر با مطالعه چند کتاب از طب ایرانی اسلامی و بهره مندی از اساتید این حوزه و مطالعه پژوه ها و تحقیقات و آزمایش های جهانی، نوشته های طب چینی و... در مورد این بیماری به ترکیبی از گیاهان دارویی رسید، سپس با انجام دادن آزمایش های آزمایشگاهی به نتیجه بخش بودن ترکیب برای درمان رسید و بعد آزمایش های انسانی را زیر نظر پزشک متخصص بر یک فرد بیمار انجام داد، این آزمایش را در دو دوره انجام شده است، در دوره اول تست قند خون فرد بدون استفاده از ترکیب گیاهی گرفته شد و در دوره دوم فرد ترکیب گیاهی را مصرف نمود و تست قند خون گرفته شد. سعی شده است که با کمک از پزشک تغذیه دوره ها کاملاً شبیه به هم و تنها تفاوت مصرف ترکیب گیاهی در دوره دوم باشد که بتوان حداکثر نتیجه ترکیب گیاهی مشاهده شود. بعد از اتمام دوره ها با بررسی نتایج تست قند خون به این نتیجه رسید که این ترکیب گیاهی در اولین تست انسانی نتیجه مثبت داده است.

این ترکیب شامل چند گیاه اعم از خرفه و شنبلیله و... با دزهای مختلف و روش مصرفی متفاوت و... می باشد که امیدواریم با حمایت هایی که قرار است انجام شود این ترکیب گیاهی را بر افراد بیشتر تست و بعد از پشت سر گذاشتن مراحل علمی به مردم عزیز ارائه شود.

دانش آموز پژوهشگر:

سید محمدمهدی حسینی

برگزیده پنجمین رویداد اینوتکسیکاپ در حوزه گیاهان دارویی



صندوق پژوهش و فناوری
صنایع خلاق

غذا و خلاقیت

این مقاله به معرفی یک نمونه از طرح‌های خلاقانه در حوزه صنایع خلاق که در سطح کشورهای جهان با توجه فرهنگ، ماهیت و اکوسیستم آن‌ها توسعه یافته‌اند پرداخته شده است. این کسب و کار در سال ۲۰۲۱ به عنوان نمونه‌ای مناسب از کسب و کارهای خلاقانه با تأثیرات اجتماعی و فرهنگی معرفی شده است. با معرفی این ایده می‌خواهم این نکته را یادآور شوم که خلاقیت و نوآوری در صنایع خلاق تنها محدود به اپلیکیشن و پلتفرم‌های فناورانه و نوآورانه نیست که امروزه در صدر اخبار و تبلیغات‌اند. بلکه شامل تمامی کسب و کارها و ایده‌های نوآورانه‌ای است که علاوه بر توسعه تجارت و اشتغال‌زایی باعث اثرات مثبت فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی هم می‌باشند و از این رو در دسته صنایع خلاق تأثیرگذار قرار می‌گیرند.

سوق الطیب - لبنان

بنیان‌گذار: کمال موزاواک (Kamal Mouzawak)

سوق الطیب (Souk El Tayeb) اولین بازار محصولات ارگانیک کشاورزان بیروت است که هدف آن توسعه بازار و مشاغل مرتبط با خوراکی و مواد غذایی و کشاورزی بر اساس اولویت‌های توسعه انسانی و سنت‌ها است.

سوق الطیب نام بازاری روباز در بازار بیروت و در خیابان طرابلس است که هر هفته، روزهای شنبه و چهارشنبه در بیروت برپا می‌شود. با افتتاح در سال ۲۰۰۴، سوق الطیب اولین بازار کشاورزان لبنان به‌شمار می‌رود. علاوه بر خرید محصولات کشاورزی، این بازار مکانی عالی برای تجربه غذا، سنت‌ها و مهمان‌نوازی لبنانی است. یکی از اهداف مهم سوق الطیب، حفظ سنت‌های غذایی و فرهنگ جامعه کوچک کشاورزان لبنان محسوب می‌شود.

البته این بازار بزرگ در مجموع ۶ بخش مختلف دارد که عبارت‌اند از:

- محصولات ارگانیک
- محصولات مخلوط (ارگانیک و غیر ارگانیک)
- محصولات طبیعی
- صنایع دستی، خوراکی
- بخش کودکان

• مرکز اطلاعات

محلی برای طرفداران غذاهای لبنانی و محلی است، بهترین صبحانه لبنانی که با نام مناقیش شناخته می‌شود را هم می‌توانید این‌جا پیدا کنید. در سوق الطیب علاوه بر خرید محصولات غذایی و شکم‌گردی، امکان آشنایی با سنت‌ها و مهمان‌نوازی لبنانی‌ها را هم خواهید داشت.

کمال موزاواک فاندنر سوق الطیب می‌گوید: ایده

می‌کند و بنابراین در ایجاد آن سهیم است. غذا بیان سنت است، از میان تمام سنت‌ها، معماری، لباس، شعر، غذا چیزی است که در زمان و مکان دورتر سفر می‌کند (مهاجران زبان خود را گم می‌کنند اما غذای خود را حفظ می‌کنند) و عبارتی است که دیگران را مستثنا نمی‌کند، بلکه شامل آن می‌شود. صنایع غذایی و خلاقیت از ابتدا به هم گره خورده‌اند از طرفی سنت‌ها و غذا هم با هم گره خورده‌اند؛

سوق الطیب در مورد نحوه پخت خلاقانه یک ظرف در یک بشقاب مربع نیست. خلاقیت فقط در مورد هنر یا طراحی یا هر چیز فانتزی نیست. خلاقیت مربوط به تک‌تک کارهایی است که انجام می‌دهیم، زیرا زندگی خود تغییر دائمی است و تغییر ایجاد یک لحظه جدید است. غذا خلقت نهایی است... زیرا زندگی را می‌آفریند. هر بار که فرد غذا می‌خورد، زندگی خود را حفظ





کمال موزواک بنیان‌گذار سوق الطیب است. در سال ۲۰۰۴، او اولین بازار کشاورزان را در بیروت برای حفظ سنت‌های غذایی و فرهنگ کشاورزی پایدار در لبنان ایجاد کرد. اولین بازار به بازار هفتگی کشاورزان و همچنین آشپزخانه‌های کشاورزان تاولت که دارای غذاهای ویژه منطقه‌ای از سراسر لبنان بود، گسترش یافت. خانه‌های مهمان بیت؛ جشنواره‌های منطقه‌ای غذا و جشن، پروژه‌های آموزشی و ظرفیت‌سازی؛ و دکان، ویرین محصولات و صنایع دستی سوق الطیب. جدیدترین خدمات و برنامه‌های افزوده شده به سوق الطیب، آشپزخانه اجتماعی مطبخ ال کل است. ابتکاری که به عنوان یک آشپزخانه اضطراری در واکنش به انفجار فاجعه بار بیروت آغاز شد.

مستقیم توسط تولیدکنندگان به همراه ارائه مطابق ایده و اهداف بنیان‌گذاران سوق الطائب، غذاهای محلی محلی توسط جوامع مختلف با استفاده از همان محصولات به مشتریان برای فروش سبزیجات، میوه‌ها و غذا نبوده است، ایجاد یک بازار فرهنگی و سنتی حول موضوع بلکه توسعه انسانی، حمایت از مردم، مواد غذایی و سنت‌های فرهنگی بود. نه فقط کشاورزان و تولیدکنندگان فوق‌العاده، رساندن یک بازار فروش، بلکه جایی برای جمع شدن آن‌ها به جایی که تقاضا و قدرت خرید وجود مردم برای گذراندن یک روز خوب در کنار دارد: یعنی شهر. قرار دادن تولیدکننده در خوردن غذاها، کسب تجارب جدید فرهنگی و تماش مستقیم با مصرف‌کننده؛ نشان دادن خرید محصولات و مایحتاج خوراکی خود با اینکه غذا توسط کسی و فرآیندی تولید می‌شود اطمینان از کیفیت و مشارکت اجتماعی است. و نه فقط محصولی که با پول می‌توان آن را در بنابراین اجرای آزمایشی این ایده در اواخر ماه قفسه سوپرمارکت خریداری کرد.

مه ۲۰۰۴ آغاز شد. دعوت به یک رویداد در یک باغ، برای ارائه غذا جایی که حدود ۱۰ عرضه تولیدکنندگانی که به ما غذا می‌دهند از اهداف این کسب و کار است. ایجاد بستر و امکانات مناسب، مدیریت و برنامه‌ریزی آن، تبلیغات و معرفی این بازار، مشاوره و تأمین امکانات برای عرضه محصولات بهتر، باکیفیت‌تر، مشتری پسندتر از طرف کشاورزان و ایجاد محیطی



گسترش داد و یک گردهمایی هفتگی از کشاورزان در شهر ایجاد کنیم؛ ایجاد بازار کشاورزان.

سوق الطیب در اوایل ژوئن ۲۰۰۴ به عنوان بازار کشاورزان متولد شد. فقط با دریافت بازخوردها، انجام دادن، یافتن راه‌حلی برای یک نیاز یا مشکل و بدون برنامه پنج‌ساله، فقط چشم و گوش به روی شناسایی اشتباه و اراده و پیگیری برای حل مسائل و مشکلات موتور توسعه این ایده بود.

بنابراین سرمایه‌گذاری بر روی کسب و کارهای مرتبط با غذای سنتی و خلاقانه علاوه بر ایجاد کسب‌وکار خود یک سرمایه‌گذاری تأثیرگذار است که باهدف ایجاد اثرات مثبت و قابل‌اندازه گیری اجتماعی و زیست‌محیطی در کنار بازده مالی انجام می‌شود.

از طرفی کشاورزی تولید نیست. فوکوکا ماسانوبو، کشاورز و فیلسوف ژاپنی که به دلیل رویکرد کشاورزی طبیعی خود و ایجاد پوشش گیاهی مجددش در زمین‌های بیابانی تجلیل شد، نمی‌توانست از کلمه «تولید غذا» استفاده کند زیرا کشاورزان چیزی را از هیچ «تولید» نمی‌کنند، بلکه صرفاً به خاک کمک می‌کنند برای تولید گیاه و محصول.

ایده بازار روز غذا و محصولات کشاورزی و خوراکی محلی با نام سوق الطیب (بازار خوب یا بازار پاک) در سال ۲۰۰۴ در بیروت توسط کمال موزواک ایجاد شد.

برای انجام این کار کمال، اهمیت اینکه یک رویا برابر است با یک هدف را می‌دانست، اما همچنین می‌دانست که رویاهای با در نظر گرفتن واقعیت‌ها دور از دسترس نیستند، واقعیت‌های مالی، مدیریت صحیح، سیستم‌های مناسب و استراتژی مناسب با در نظر گرفتن فرهنگ و محیط اجرای آن، همچنین او به اهمیت داشتن هدف فروش یا کسب درآمد و تأمین مالی در هر پروژه‌ای واقف بود. اهمیت رفتار مشتریان و جامعه، نوع خدمات، کانال‌های درآمدی، ارتباطات و پشتیبانی برای او در اجرای این چنین ایده‌ای مشخص بود.

هدف او ایجاد یک بازار روزانه جهت عرضه مواد و محصولات کشاورزی سالم به‌طور

<p>دکانه</p> <p>سوق الطیب</p> <p>Souk el Tayeb</p> <p>dekenet</p> <p>کمونته</p> <p>KAMMUNEH</p> <p>من</p> <p>ایرت آند کو</p> <p>Earth & Co</p>	<p>دکانه</p> <p>سوق الطیب</p> <p>Souk el Tayeb</p> <p>dekenet</p> <p>فاصولیا</p> <p>عریضة</p> <p>FASSOLYA</p> <p>AARIDA</p> <p>من</p> <p>منتوجات بیتنا</p> <p>Mantoujat baytouna</p>	<p>دکانه</p> <p>سوق الطیب</p> <p>Souk el Tayeb</p> <p>dekenet</p> <p>ماء الزهر</p> <p>ORANGE BLOSSOM WATER</p> <p>من</p> <p>نزار منعم</p> <p>Nizar Meneem</p>
--	--	---



غذا بیان سنت است، از میان تمام سنت‌ها، معماری، لباس، شعر، غذا چیزی است که در زمان و مکان دورتر سفر می‌کند (مهاجران زبان خود را گم می‌کنند اما غذای خود را حفظ می‌کنند) و عبارتی است که دیگران را مستثنا نمی‌کند، بلکه شامل آن می‌شود. صنایع غذایی و خلاقیت از ابتدا به هم گره خورده‌اند از طرفی سنت‌ها و غذا هم با هم گره خورده‌اند؛ بنابراین سرمایه‌گذاری بر روی کسب و کارهای مرتبط با غذای سنتی و خلاقانه علاوه بر ایجاد کسب‌وکار خود یک سرمایه‌گذاری تأثیرگذار است که باهدف ایجاد اثرات مثبت و قابل‌اندازه گیری اجتماعی و زیست‌محیطی در کنار بازده مالی انجام می‌شود.

جدید دوست‌داشتنی با معرفی تجارب جدید از خدمات و اهداف سوق الطائب است. در سال ۲۰۰۷، برنامه جدیدی به کسب و کار اضافه شد از شهر به روستا، برگزاری رویدادهای یک‌روزه، غذا و جشن‌ها، برای جشن گرفتن در مناطق مختلف لبنان و در نزدیک شهرها و معرفی محصولات و مردم آن‌ها و صرف ناهاری در ظهر که مختص آن روستا یا منطقه است. ارائه یک یا چند ناهار معمولی محلی به این معنی است که توسط آشپزهای خانگی سنتی طبخ می‌شود. زنان، مادران و مادر بزرگ‌ها سنت را مانند غذاهای سنتی خانگی تداوم می‌بخشند.

در سال ۲۰۰۹، تاولت متولد شد، آشپزخانه کشاورز، جایی که هر روز یک آشپز خانگی متفاوت از یک روستا یا منطقه می‌آید تا بوفه‌ای آن روز را که مخصوص آن منطقه است بپزد. سپس تاولت‌های مختلف در سراسر لبنان دنبال و ایجاد شد. هر کدام مخصوص آشپزها، مواد اولیه و دستور پخت‌های آن منطقه. استقبال بسیار خوب بود.

و توسعه پروژه‌های جنبی سوق الطیب همچنان ادامه یافت تا پروژه بیت (خانه)، در سال ۲۰۱۵

۲۵۰۰ وعده غذای رایگان برای حمایت از نیازمندان طبخ می‌شود. بنابراین غذا هرگز به خودی خود هدف نبوده است. در این مورد غذا خوردن یا جشن گرفتن خود غذا نیست، بلکه استفاده از غذا به عنوان ابزاری برای رشد انسان‌ها، به‌عنوان بیان ریشه‌ها، تاریخ و سنت‌های آن‌ها و به‌عنوان راهی برای گرد هم آوردن مردم به روش‌های خلاقانه است؛ که درنهایت منجر به تولید درآمد نیز می‌شود زیرا پایداری مالی یک محرک ضروری برای زندگی یک پروژه است.

که شامل خانه‌های مهمان که معماری محلی، غذا، محصولات کشاورزی، هنر و صنایع‌دستی مردم و سنت‌های آن‌ها را جشن می‌گیرند و عرضه می‌کنند. سوق الطیب همواره بر اساس اصل شناسایی نیازهای جامعه و مردم و ارائه یک‌راه حل خلاقانه برای آن پیشرفت کرده است. این استراتژی به معنای راه‌اندازی مطبخ ال کل (Matbakh El Kell)، یک آشپزخانه سوپ، پس از انفجار بندر بیروت در ۴ اوت در سال ۲۰۲۰ بود و از آن زمان تاکنون روزانه حدود



بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) درباره گردشگری غذا، یک مسافر بیش از یک سوم هزینه سفر خود را صرف غذا و نوشیدنی می‌کند. این نشان‌دهنده اهمیت گردشگری غذا در سراسر دنیا است. از سفرهای تفریحی گرفته تا سفرهای کاری و تجاری، غذا و نوشیدنی هیچ‌گاه از سفرها جدا نمی‌شوند و در واقع، کشف و شناخت غذاهای جدید همیشه بخشی از سفرها بوده است. گردشگری غذا، تنها به معنای خوردن غذای لذیذ در کشورهای مختلف نیست، بلکه به معنای کشف تجربه‌های جدید و معتبر آشپزی، از بهترین رستوران‌های محلی گرفته تا ارزان‌ترین بوفه‌های غذاهای خیابانی است.



بر اساس تعریف انجمن جهانی سفر و غذا (World Food Travel Association)، گردشگری غذا (Food Tourism) به معنی سفر برای چشیدن طعم غذاهای یک مقصد با هدف برقراری ارتباطی حسی با آن مقصد است. در واقع گردشگری غذایی که به‌عنوان «گردشگری آشپزی» (Culinary Tourism) نیز شناخته می‌شود، نوعی از سفر کردن است که با تجربه‌های منحصر به فردی از خوردن و آشامیدن همراه می‌شود.

گردشگری غذا یا گردشگری غذایی، صرفاً به معنای غذا خوردن در مکان‌های لوکس و مجلل نیست؛ بلکه بیشتر بر غذا خوردن ماجراجویانه و یادگیری فرهنگ‌های جدید در طول مسیر سفر تمرکز دارد. گردشگری خوراک تجربه‌ای است که در آن، فرد نه تنها غذاهای محلی و اصیل یک منطقه را امتحان می‌کند، بلکه با فرهنگ بومی آن نیز آشنا می‌شود.

نویسنده: پیام آزادی

مدیر سرمایه‌گذاری و توسعه صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق



نظرات کشورهای مختلف در استفاده از طب سنتی و داروهای گیاهی در درمان کرونا

بیماری کرونا (کووید-۱۹) که در سال ۲۰۱۹ به سرعت در جهان به یک همه‌گیری (پاندمی) تبدیل شد، باعث پنومونی حاد تنفسی می‌گردد و به سرعت جهت پیشگیری و درمان مؤثر، به دغدغه اصلی جامعه بهداشت جهانی تبدیل شد. در طی تاریخ بشر از طب سنتی (TM) و داروهای گیاهی (HM) برای درمان و مهار اپیدمی‌های متعددی بهره برده است لذا برای مبارزه با کرونا نیز امید می‌رفت که درمان با طب سنتی و داروهای گیاهی در برخی مناطق مفید واقع شود. چین، هند و کره جنوبی تاریخچه‌ای کهن در استفاده از داروهای گیاهی دارند و لذا دولت‌هایشان، مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های حمایتی را برای استفاده از طب سنتی و داروهای گیاهی در درمان کرونا صادر کردند. در مقابل کشورهای دیگر از جمله آمریکای شمالی و اروپا در این مورد سکوت پیشه کردن مگر در مواردی که آسیب‌های احتمالی به سلامتی وجود داشت. چنین تفاوتی به دلیل اختلاف فرهنگ، تاریخ و دیدگاه‌های فلسفی، مراقبت‌های بهداشتی، دارویی و همچنین سیاست‌ها و استانداردهای ناهماهنگ در تنظیم و قانونی سازی طب سنتی و داروهای گیاهی در حوزه‌های مختلف است.

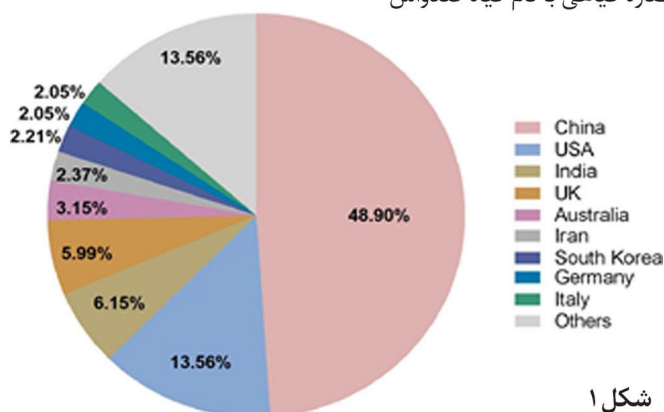
استفاده گردید. لذا شواهد موجود نشان می‌دهد که در مقایسه با طب غربی، ادغام طب سنتی با طب غربی (داروی جامع) برای درمان کرونا ممکن است اثرات بهتری داشته باشد. در مجموع ۶۳۴ رکورد در این تحقیق مشارکت کردند که از این میان ۴۸٫۹۰ درصد از داده‌ها توسط مؤسسات در چین، ۱۳٫۵۶ درصد از ایالات متحده، ۶٫۱۵ درصد از هند، ۵٫۹۹ درصد از بریتانیا و ۳٫۱۵ درصد از استرالیا ارائه شده است. سایر کشورهایی که سهم داده‌ها بالاتر از ۲٪ داشتند، ایران، کره جنوبی، آلمان و ایتالیا بودند (شکل ۱).

در بیمارستان داشته است. علاوه بر دسترسی کم، قیمت رمدسیویر برای بیماران در سراسر جهان از ۲۳۴۰ تا ۳۱۲۰ دلار آمریکا برای یک دوره پنج روزه بسیار بالاست؛ و از آنجایی که COVID-۱۹ یک بیماری نادر نیست، توسعه سایر درمان‌های مشابه، مقرون به صرفه‌تر و معادل هنوز از اهمیت بالایی برخوردار است. از سوی دیگر داروهای گیاهی اثری شفاف‌بخش و سابقه ای طولانی در پیشگیری و درمان بسیاری از بیماری‌های همه‌گیر داشته است. در سال ۲۰۰۳ میلادی، از یک طب سنتی چینی^۶ برای درمان سندروم حاد تنفسی^۷ استفاده شد که بسیار اثربخش بود. همچنین برای درمان مالاریا از یک عصاره گیاهی با نام گیاه گندواش^۸

بیماری کروناویروس ۲۰۱۹ (COVID-۱۹) گونه‌ای جدید شناسایی شده از ویروس کرونا است که باعث علائمی مشابه سرماخوردگی معمولی تا موارد کشنده در انسان می‌شود و به سرعت به همه‌گیری جهانی و مسئول بحران جهانی بهداشت فعلی شده است. تا ۲۱ دسامبر ۲۰۲۰، ۷۵،۱۱۰،۶۵۱ مورد تأیید شده کووید-۱۹، از جمله ۱،۶۸۰،۳۹۵ مرگ در ۲۱۶ کشور یا منطقه، به سازمان بهداشت جهانی (WHO)^۳ گزارش شده است. اکثر موارد در ایالات متحده آمریکا و پس از آن هند، برزیل و روسیه گزارش شده است.

تابه حال، چندین داروی مولکولی برای اثربخشی بر عفونت COVID-۱۹ آزمایش شده‌اند که برخی از آن‌ها به آزمایش‌ها بالینی رسیده‌اند، در حالی که برخی دیگر هنوز در مرحله پیش بالینی باقی مانده‌اند. رمدسیویر^۴ اولین و تنها داروی تأیید شده توسط سازمان غذا و داروی ایالات متحده^۵ برای کرونا در ایالات متحده می‌باشد که بر اساس سه معیار نشان داد که زمان بهبودی بیماران را از ۱۵ روز به ۱۰ روز کاهش می‌دهد.

اما طبق یک کار آزمایشی مشترک سازمان جهانی بهداشت و با توجه به مرگ و میر کلی و مدت بستری بیماران نشان می‌دهد رمدسیویر و سه داروی دیگر تأثیر کمی بر بیماران بستری



شکل ۱

[1]TM: Traditional Medicine

[2]HM: Herbal Medicine

[3] WHO: World Health Organization

[4]Remdesivir

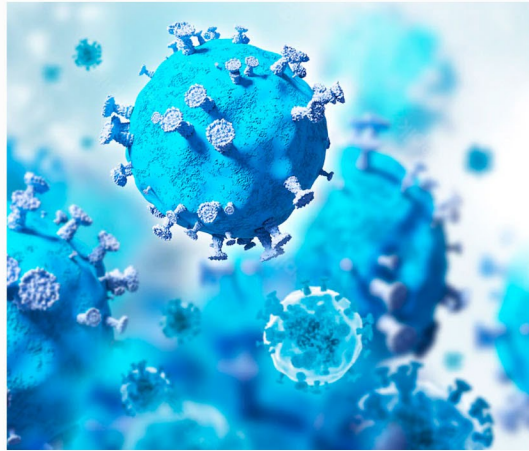
[5]FDA: Food and Drug Administration

[6]TCM: Traditional Chinese Medicine

[7]SARS: Severe Acute Respiratory Syndrome

[8]Artemisia annua Linn

مشاوره های سیستم درمانی AYUSH^{۱۵} "بهتر است از «درمان به وسیله طب همیوپاتی برای پیشگیری از ابتلا به عفونت های کرونا» و «داروهای یونانی مفید در مدیریت شدت علائم بیماری کرونا» استفاده کرد. این موارد شامل چندین "مرحله مدیریت پیشگیرانه طبق شیوه های آیورودا و چندین "دارو یونانی مفید در مدیریت علائم عفونت ویروس کرونا" نام برده است.



کره جنوبی

طب سنتی کره ای از دوران ماقبل تاریخ سرچشمه می گیرد و شباهت هایی با طب سنتی چین دارد. این طب نیز، مشابه طب سنتی چین، رطوبت انسداد ریه برای مرحله خفیف و سم مسدودکننده ریه برای مرحله شدید را شناسایی می کند. در کره جنوبی، انجمن پزشکی کره و انجمن طب سنتی ریوی کره هرکدام دستورالعمل های طب سنتی را در مورد پیشگیری و درمان کرونا در پایان فوریه ۲۰۲۰ صادر کردند. همه دستورالعمل ها توسط کارشناسان بالینی تهیه شده اند که به طور مرتب توسط هر دو انجمن به روزرسانی می شوند تا راهنمایی های بالینی برای پیشگیری و درمان کرونا در کره جنوبی ارائه کنند.

طبق دستورالعمل صادر شده از سوی طب سنتی کره در مورد پیشگیری و درمان

سنتی تأکید بیشتری بر تقویت قدرت ذهن و بدن برای مقابله با عوامل استرسزا دارد. از آنجایی که بحران جهانی کرونا منجر به سطوح بالایی از پریشانی روانی شده و تأثیر قابل توجهی بر سلامت روان ایجاد کرده است، افراد با عملکرد ضعیف ایمنی و شرایط سلامت روانی بیشتر مستعد ابتلا به عفونت های ویروسی دستگاه تنفسی هستند؛ بنابراین، اطباء این نظام، از طریق دولت هند، ده اقدام را برای کمک به تقویت سیستم ایمنی بدن پیشنهاد کرده اند. این اقدامات شامل مصرف آب گرم و جوشانده های گیاهی، شستشوی دهان با روغن، و استنشاق بخار برای بیماری های تنفسی.

تا به حال، ابتکارات متعددی برای استفاده از پتانسیل های طب سنتی و داروهای گیاهی در همه گیری کرونا انجام شده است. بر اساس

داده های ۹ کشور فوق ۸۶٫۴۴ درصد از کل رکوردها را شامل می شود که نشان دهنده مشارکت نسبتاً بالای آن ها در این موضوع است.

چین

سال هاست در کشور چین از طب سنتی چینی جهت پیشگیری و درمان بیماری های همه گیر استفاده می شود. از زمان شیوع همه گیری کرونا، طب سنتی چینی به عنوان بخشی جدایی ناپذیر از خدمات بهداشتی درمانی در تشخیص و درمان کرونا مورد استفاده قرار گرفته است.

با اعلام مقامات چینی، ۱۷ استان، ۴ شهرداری و ۴ منطقه خودمختار چین به طور رسمی دستورالعمل های مرتبط با طب سنتی را برای پیشگیری و درمان کرونا صادر کردند. همه دستورالعمل ها توسط مقامات بهداشتی محلی با توجه به ویژگی های منطقه ای و شیوع محلی کرونا ابداع شده اند و از زمان اولین صدور به طور مداوم به روزرسانی شده اند. از ویرایش سوم تا هشتم دستورالعمل های رسمی، نسخه ها و درمان های طب سنتی چینی در مراحل مختلف از پیشگیری، شرایط حاد بیماری و بهبودی کرونا نقش داشته است که اثر درمانی خوبی از خود به جای گذاشته است.

هند

طب سنتی هند یکی از قدیمی ترین نظام های بهداشتی درمانی برای درمان بیماری های مختلف در تاریخ بشر است. دولت هند نظام های درمانی سنتی به نام های آیورودا^۹، یوگا^{۱۰} و طبیعت درمانی، یونانی^{۱۱}، سیدا^{۱۲}، سووا ریگپا^{۱۳} و هومیوپاتی^{۱۴} را که توسط وزارت مستقل AYUSH^{۱۵} تنظیم می شود، وضع کرده است. برای مقابله با بحران همه گیری جهانی کرونا، هر یک از این نظام های درمانی دستورالعمل های را برای پزشکان بر اساس نظریه های خود، استانداردها، مقررات و شورای تحقیقاتی خود منتشر کردند. به عنوان مثال، در طب یونانی این طور تصور می شود که اگر برخی از مواد مضر در هوا و آب باقی بمانند، اپیدمی ها رخ می دهد. لذا بر اساس راه های انتقال و آلودگی به ویروس کرونا، بر اقدامات کلی ایزوله، قرنطینه، فاصله گذاری تأکید شده است. آیورودا، به عنوان یکی دیگر از نظام های طب

[۹] Ayurveda

سیستم طب سنتی هند که مبتنی بر تعادل در سیستم های بدن است و از رژیم غذایی، درمان گیاهی و تنفس یوگا استفاده می کند.

[۱۰] Yoga and Naturopathy

یوگا و طبیعت درمانی مبتنی بر درمان های بدون داروی مختلف مانند طب سوزنی، طب فشاری، یوگا و مدیتیشن، روزه درمانی، رژیم غذایی و تغذیه، گل درمانی، آبدرمانی، مشتومال، ورزش و الکتروتراپی، رفلکسولوژی، مشاوره و موارد دیگر است.

[۱۱] Unani

یک سیستم پزشکی است که در بخش هایی از هندوستان کاربرد دارد و تصور می شود از طریق پزشکان مسلمان قرون وسطایی از یونان بیزانس گرفته شده است.

[۱۲] Siddha

طب سیدا، سیستم سنتی درمانی است که از جنوب هند سرچشمه گرفته و یکی از قدیمی ترین سیستم های پزشکی هند به شمار می رود.

[۱۳] Sowa-Rigpa

یک سیستم پزشکی سنتی با قرن ها قدمت است که از یک رویکرد پیچیده برای تشخیص بیماری ها و تکنیک هایی مانند تجزیه و تحلیل نبض و آزمایش ادرار را در خود جای داده و از رفتار و اصلاح رژیم غذایی، داروهای گیاهی که از مواد طبیعی (مانند گیاهان و مواد معدنی) تشکیل شده اند، استفاده می کند. درمان های فیزیکی (به عنوان مثال طب سوزنی تبتی و غیره) برای درمان بیماری ها.

[۱۴] Hemopathy

شکلی از طب مکمل است که در آن بیماری ها را با مقدار اندکی از مواد طبیعی درمان می کند که با مقادیر بیشتر خود علائم بیماری زایی دارند.

[۱۵] AYUSH مخفف حرف اول ۶ طب که در بالا توضیح داده شده



کرونا در فوریه ۲۰۲۰، ۴ شناسه الگو و ۱۵ فرمول گیاهی برای مرحله خفیف، ۳ شناسه الگو و ۳ فرمول گیاهی در مرحله شدید و ۲ شناسه الگو و ۲ فرمول گیاهی در مرحله بهبودی پیشنهاد می‌شود. علاوه بر این، انجمن پزشکی کره یک مرکز پزشکی از راه دور برای درمان کرونا ایجاد کردند. پس از بررسی سوابق پزشکی بیمارانی که از مارس ۲۰۲۰ مراقبت‌های پزشکی از راه دور را دریافت می‌کردند، ۳۰ درصد از آن‌ها نوعی جوشانده گیاهی که توسط دستورالعمل‌های چینی و کره‌ای توصیه شده است را استفاده کردند. گزارش شده است که این فرمول باعث افزایش سیستم ایمنی و کاهش التهاب با تداخل در مسیرهای مرتبط با عفونت و ویروسی و مسیرهای مرتبط با سرطان در هنگام درمان کرونا می‌شود. شایان ذکر است که در کشور کره، حداقل ۶۹ درصد از جمعیت طب سنتی کره‌ای را تجربه کرده‌اند.

ایالات متحده آمریکا

ایالات متحده آمریکا بازار اصلی صنعت داروسازی است که در آن تقریباً ۲۰ هزار نوع داروی گیاهی به ارزش حدودی ۶۲ میلیارد دلار موجود است. بیشتر محصولات گیاهی در



ایالات متحده آمریکا مجاز به عرضه به‌عنوان غذا یا مکمل‌های غذایی هستند که توسط متخصصان طب سوزنی/گیاه شناسان بر اساس مشاوره رودرو با بیمار تجویز شوند. در حال حاضر، سازمان‌های متعددی مانند مرکز پزشکی جامع اندرو ویل، دانشگاه آریزونا، انجمن تغذیه آمریکا و انجمن پزشکان طب طبیعی آمریکا، با ایجاد سایت‌های منبع با اختراهای محترمانه به متخصصان و اعضای مشغول در این حوزه اطلاع داده‌اند. برخی از پزشکان مشغول در طب سنتی در ایالات متحده نیز تمایل دارند که از نظر فلسفی بیشتر با دیدگاه دولت چین و هند همسو گردند و با ارائه درمان‌هایی که ممکن است در پیشگیری،

استانداردهای دقیقی را که برای داروهای معمولی اعمال می‌شود (مطالعات بالینی، تضمین کیفیت و غیره) را برای آن‌ها نیز اعمال کنند.

استرالیا

داروهای گیاهی در استرالیا نیز به‌عنوان داروهای مکمل تجویز می‌شوند که بر طبق قانون "کالاهای درمانی" تصویب شده در سال ۱۹۸۹ اداره کالاهای درمانی (TGA)^{۱۶} مسئول اجرای این قانون است. فقط کالاهای درمانی که توسط این اداره ارزیابی شده‌اند، می‌توانند قبل از عرضه به بازار در پایگاه ثبت نام کالاهای درمانی استرالیا گنجانده شوند.

داروهای گیاهی با دو سطح کم‌خطر و پرخطر طبقه‌بندی شده‌اند. یک داروی گیاهی خاص ممکن است با خطر کم یا زیاد بسته به سمی بودن مواد، دوز پیشنهادی، مناسب بودن نشانه‌ها و ادعاها برای خود تشخیصی و مدیریت و احتمال بروز واکنش‌های نامطلوب مرتبط باشد. داروهای گیاهی که ریسک بالاتری دارند باید به صورت جداگانه از نظر ایمنی، کیفیت و کارایی قبل از عرضه به بازار ارزیابی شوند.

از آنجایی که کرونا یک "شکل جدی" یک بیماری پزشکی در نظر گرفته می‌شود، هر محصولی، از جمله داروهای گیاهی که ادعا می‌کنند برای درمان استفاده می‌شود باید صریحاً توسط اداره کالاهای درمانی تأیید شده باشد؛ بنابراین، برای بازرسی باید رویه‌های کاملی از جمله صدور مجوز تولیدکنندگان با اصول عملکرد خوب تولید، ارزیابی محصولات قبل از بازار و فعالیت‌های نظارتی پس از فروش انجام شود.

درمان یا توان‌بخشی بیماران کرونا مؤثر باشد متحد شوند.

با این حال، به دلیل مقررات حاکم بر نظام دارویی کشور آمریکا، در حال حاضر نمی‌توان از طب سنتی یا داروهای گیاهی در پیشگیری یا درمان بیماری کرونا استفاده کرد. اول از همه، از آنجایی که محصولات گیاهی عمدتاً به‌عنوان مکمل‌های غذایی در ایالات متحده آمریکا به فروش می‌رسد، ادعاها برای درمانی برای مصارف پزشکی روی برچسب این محصولات مجاز نیست. در غیر این صورت، بازاریاب/تولیدکننده مشمول تولید داروی غیرمجاز می‌باشد. ثانیاً، اگر یک محصول گیاهی برای استفاده به‌عنوان بخشی از رژیم درمانی بیماری در نظر گرفته شده باشد، به عنوان مثال، در درمان کرونا، نیاز به ارزیابی و تأییدیه سازمان غذا و داروی آمریکا را دارد. لذا این محصول را بایستی تحت مقررات داروی گیاه‌شناسی طبقه‌بندی و همان الزامات و

داروهای گیاهی با دو سطح کم‌خطر و پرخطر

طبقه‌بندی شده‌اند. یک داروی گیاهی خاص ممکن است با خطر کم یا زیاد بسته به سمی بودن مواد، دوز پیشنهادی، مناسب بودن نشانه‌ها و ادعاها برای خود تشخیصی و مدیریت و احتمال بروز واکنش‌های نامطلوب مرتبط باشد. داروهای گیاهی که ریسک بالاتری دارند باید به صورت جداگانه از نظر ایمنی، کیفیت و کارایی قبل از عرضه به بازار ارزیابی شوند.

در مورد استفاده از داروهای گیاهی و طب سنتی برای درمان کرونا بیشتر تمایل به هشدار یا حتی اعتراض دارد. یک سند از آژانس فرانسوی برای سلامت و ایمنی غذا، محیط زیست با اعلام اینکه مکمل‌های گیاهی با فعالیت بر روی سیستم ایمنی می‌توانند پاسخ التهابی را تقویت کرده و در نتیجه کرونا را بدتر کنند، بیماران را از استفاده از داروهای گیاهی منصرف می‌کنند.

داروهای گیاهی باید قبل از بازاریابی از طریق ثبت سنتی گیاهی در بریتانیا ثبت شوند. در حال حاضر، بریتانیا و اتحادیه اروپا هنوز الزامات و رویه‌های مشترک عمده‌ای برای ثبت داروهای گیاهی ندارند. در اتحادیه اروپا، متقاضیان ملزم به ارائه شواهد ثبت رسمی و یا کارشناسی برای استفاده سنتی از داروی هدف هستند. داروهای گیاهی برای ثبت باید حداقل ۳۰ سال قبل از تاریخ درخواست، در علم پزشکی مورد استفاده قرار گرفته باشد و حداقل ۱۵ سال از آن مربوط به اتحادیه اروپا باشد. علاوه بر این، داروی گیاهی مورد نظر باید در طرح ثبت سنتی گیاهان دارویی مورد بررسی قرار گیرد و از لحاظ کیفیت، ایمنی به آژانس نظارتی داروها و محصولات بهداشتی MHRA ارسال شود.

یک تفاوت جزئی با اتحادیه اروپا این است که پزشکان گیاهان دارویی در بریتانیا نیازی به مجوز برای ارائه داروهای گیاهی که خود به صورت حضوری برای بیماران خود تجویز می‌کنند ندارند.

با توجه به منابع ضعیف سیستم مراقبت‌های بهداشتی درمانی در بسیاری از کشورها، کمبود مداوم پرسنل و تجهیزات نقش مهمی در مدیریت بیماری همه‌گیر کرونا دارد. از این رو، کنترل و پیشگیری زودهنگام، مدیریت منابع حداقلی و درمان‌های مقرون به صرفه از اهمیت بالایی برخوردار است. برای هزاران سال در کشورهای آسیایی داروهای گیاهی و طب سنتی به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از خدمات بهداشتی در کشورهای آسیایی برای هزاران سال، نقش بی‌بدیلی در مبارزه با کرونا داشته است. در مقابل، دیدگاه کلی کشورهای غربی

با توجه به آنچه در بالا ذکر شد، کالاهای درمانی، از جمله محصولات طب سنتی و داروهای گیاهی که صریحاً توسط اداره کالاهای درمانی تأیید نشده‌اند، نمی‌توانند هیچ اشاره مستقیم یا ضمنی برای استفاده به‌عنوان درمان کرونا در تبلیغات برای عموم یا متخصصان سلامت داشته باشند. مشابه وضعیت ایالات متحده، هر روشی برای اثبات ایمنی، کیفیت و اثربخشی داروهای گیاهی برای درمان کرونا مستلزم سرمایه‌گذاری، تلاش و زمان نسبتاً طولانی است که قانونی شدن چنین درمان‌هایی در طب سنتی و استفاده از داروهای گیاهی بسیار سخت و زمان‌بر است.



آلمان و انگلستان

آلمان دارای پیشرفته‌ترین تکنولوژی فرآوری داروهای گیاهی در اروپا است و دارای بزرگ‌ترین بازار داروهای گیاهی در جهان است.

مترجم و نویسنده:

شهرزاد - اشرف سمنانی





برنامه توسعه زیست بوم
واحد های خلاق

تریبون اول این شماره اختصاص دارد به معرفی شرکت فیلم سازان خلاق قاف با "تولید انیمیشن و موشن گرافی" و گفتگو با آقای علیرضا طاهری



استودیو انیمیشن قاف از سال ۱۳۹۵ با آموزش گروهی از جوانان مستعد و علاقه مند زیر نظر علیرضا طاهری کارگردان و تهیه کننده فیلم های انیمیشن شروع به کار کرد. علاوه بر این ساخت مجموعه انیمیشن های تلویزیونی به سفارش سازمان صدا و سیما، حوزه هنری و استودیوهای بین المللی همچون ۳DLABZ و همچنین وب سری هایی همچون سانجو شو (sanjooshow) در فضای مجازی از دیگر فعالیت های این شرکت می باشد. استودیو قاف تاکنون بیش از ۳۵۰۰ دقیقه تولید انیمیشن را در کارنامه خود دارد. مجموعه انیمیشن هایی به سفارش کشورهای هند، روسیه و عمان از دیگر سوابق این شرکت انیمیشن سازی است. از سال ۱۴۰۰ این شرکت با اخذ مجوز موسسه تولید فیلم های غیر سینمایی از سازمان سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بانام شرکت فیلم سازان خلاق قاف به ثبت رسید و در سال ۱۴۰۱ موفق به کسب عنوان شرکت های خلاق شد.

هدف شما از ایجاد این کسب و کار چه بوده

است؟

از کودکی به ساخت انیمیشن و کاریکاتور علاقه شدیدی داشتم و وقتی به سن جوانی رسیدم خواستم از طریق ساخت انیمیشن به فرهنگ سازی در جامعه کمک کنم. استعداد و علاقه من را از رشته مهندسی به سمت تولید انیمیشن برد و تصمیم گرفتم با پرورش و تربیت نیروهای متخصص در رسیدن به هدف جوانان و نوجوانانی که علاقه مند و مستعد هستند کمک کنم. علاوه بر این ساخت انیمیشن یک کار خلاقانه است که از انجام آن لذت می برم و هیچ وقت خسته نمی شوم. هم اکنون رسانه در کشورمان نیازمند محتوای خوب و جذاب است و انیمیشن می تواند این نیاز را تا حد زیادی مرتفع سازد.

چه پتانسیل ها و فرصت هایی حوزه تولید انیمیشن و موشن گرافی دیدید که سراغ این کار اومدید؟

امروزه رسانه ها در فرهنگ سازی و ارتقای دانش جامعه نقش مهمی را ایفا می کنند و با گسترش اینترنت و ایجاد فضای رسانه ای



نو در شبکه های اجتماعی و همچنین شبکه های پخش ویدیویی VOD فرصت تولید آثار

انیمیشن بیشتر از گذشته وجود دارد. علاوه بر این وجود نیروی جوان و مستعد در جامعه یک

فرصت بزرگ برای هنر صنعت انیمیشن محسوب می شود و در مجموع نیاز به محتوای انیمیشن برای سرگرمی، آموزش و تبلیغات

سبب شده تا درآمد خوبی عاید شرکت های تولیدکننده انیمیشن شود.

لطفاً یک معرفی کلی از خدمتی که ارائه می کنید بفرمایید.

خدمات شرکت ما ساخت تیزرهای تبلیغاتی لایو اکشن و انیمیشن، جلوه های ویژه بصری، ساخت مجموعه انیمیشن های تلویزیونی و



فیلم‌های کوتاه انیمیشنی است.

مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟ چه برای آینده چه برنامه‌ای دارید؟

خدمت شما چه تمایز یا نوآوری‌هایی با سایر بازخوردهایی تاکنون از آنان داشته‌اید؟
 از کودک و نوجوان گرفته تا خانواده‌ها مخاطب تولید مجموعه انیمیشن‌های جذاب که بتواند
 نمونه‌های مشابه دارد؟
 سعی کردیم با مطالعه بر روی تکنیک‌های ساخت انیمیشن و ترکیب‌ها ابزار ساخت آن به یک نوع آوری فنی و هنری در این حوزه برسیم که خدا رو شکر تا کنون موفق بوده‌ایم به طوری که شرکت‌های سازنده این نرم افزارها پس از تماشای نمونه آثار انیمیشن ما را در مجموعه تولیدات انیمیشن منتخب قرارداد و حتی با ذکر نام استودیو قاف در شبکه‌های اجتماعی و وب سایت شان قرارداد اند؛ مانند شرکت Smith Micro تولیدکننده نرم‌افزار محبوب انیمیشن‌سازی دوبعدی MOHO



تعدادی از فیلم‌ها و انیمیشن‌ها را معرفی بفرمایید.

فیلم‌های کوتاه Notification (منتخب دو جشنواره بین‌المللی) و وقف نفس (منتخب جشنواره ملی وقف) و مجموعه انیمیشن‌های وب سری شکرستان (۲۰ قسمت) ماجراهای اسی و مسی (۳۰ قسمت) چل پله زیر زمین (۲۶ قسمت) سبیل الدوله (۵۴ قسمت) نت سلطان

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

۱۱ نفر درون شرکت و ۲۴ نفر نیروی متخصص به صورت دورکاری از سراسر کشور و کشورهای همسایه مثل ترکیه با شرکت ما همکاری می‌کنند.





(۲۴ قسمت) جعدانه (۲۶ قسمت) موشن گرافیک‌های شبکه سلامت (۲۰۰ قسمت) مرور (۱۰۰ قسمت) گنجینه (۲۰۰ قسمت) از تولیدات چند سال اخیر این استودیو انیمیشن‌سازی است.

چه موفقیت‌ها یا تجربیات موفق به دست آورده‌اید؟

تیم جوان قاف با ساخت انیمیشن‌های کوتاه در جشنواره داخلی و خارجی شرکت کرد و در نهایت در دو جشنواره CINEWEST SYDNEY کشور استرالیا و همچنین Cefalu ایتالیا منتخب داوران شد. همچنین انیمیشن جزیره بیداری برگزیده جشنواره مقاومت و جشنواره فیلم دینی رویش از دیگر تولیدات این استودیو است. انیمیشن کوتاه وقف نفس نیز در اولین جشنواره ملی وقف رتبه اول را کسب کرده است.



چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب‌وکار شما

بوده و یا هست؟

یکی از مشکل‌ترین بخش‌ها ایجاد یک تیم منسجم و آموزش و نگاه‌داری افراد متخصص است. مخصوصاً وقتی در شهر کوچکی مثل قزوین فعالیت می‌کنید که فاصله نزدیکی به پایتخت دارد و هر لحظه امکان مهاجرت نیروهای متخصص وجود دارد. از طرفی برنامه ریزی و بازاریابی برای سفارش انیمیشن هم کار ساده‌ای نیست و در صورتی که وقفه طولانی بین پروژه‌ها به وجود بیاید با خطر از دست دادن نیروهای متخصص روبرو هستیم.

هزینه بالای تجهیزات انیمیشن‌سازی و فضا را نیز نمی‌توان نادیده گرفت و گاهی باعث عدم تحمل صاحبین این نوع از کسب و کارها شده که در نهایت به سمت دلالی سوق می‌دهند.

که ساخت انیمیشن به صبر و زمان و علاقه بسیاری نیازمند است. سپس در حوزه تخصص‌های مختلف مطالعه کنند و بتوانند با تکنیک‌های انیمیشن‌سازی و تجهیزات مرتبط با آن آشنا شوند.

کار گروهی و مدیریت افراد و منابع را بیاموزند و اخلاق حرفه‌ای را در اولویت قرار دهند.

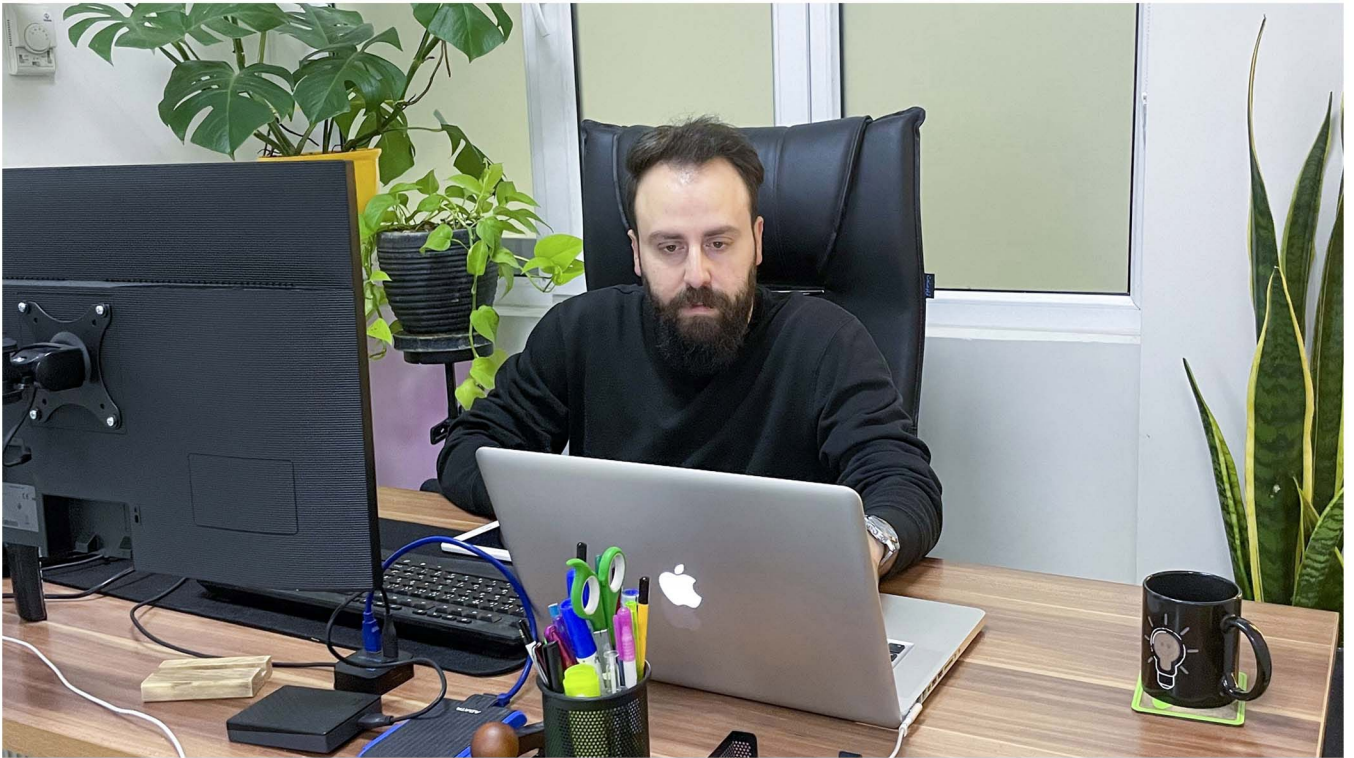
پیشنهاد شما برای کسانی که قصد ورود به حوزه انیمیشن‌سازی و موشن گرافی را دارند چیست؟

اول اینکه توانایی‌ها و علایق خود را بسنجند

تیم جوان قاف با ساخت انیمیشن‌های کوتاه در جشنواره داخلی و خارجی شرکت کرد و در نهایت در دو جشنواره CINEWEST SYDNEY کشور استرالیا و همچنین Cefalu ایتالیا منتخب داوران شد. همچنین انیمیشن جزیره بیداری برگزیده جشنواره مقاومت و جشنواره فیلم دینی رویش از دیگر تولیدات این استودیو است. انیمیشن کوتاه وقف نفس نیز در اولین جشنواره ملی وقف رتبه اول را کسب کرده است.



چرا که ساخت انیمیشن به صبر و زمان و علاقه بسیاری نیازمند است. سپس در حوزه تخصص‌های مختلف مطالعه کنند و بتوانند با تکنیک‌های انیمیشن‌سازی و تجهیزات مرتبط با آن آشنا شوند.



های انیمیشن سازی و تجهیزات مرتبط با آن آشنا شوند.

کار گروهی و مدیریت افراد و منابع را بیاموزند و اخلاق حرفه‌ای را در اولویت قرار دهند.

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

می‌توان انتظار داشت تا با ایجاد یک بازار خوب برای افزایش تولیدات انیمیشن از طریق ارتباط با VOD ها و همچنین حمایت‌های مالی از طریق تسهیلات بانکی با بهره کم به تولیدکنندگان انیمیشن کمک کنند.



سایت:

www.Qafstudio.ir

اینستاگرام:

Qaf_studio



مروری بر فعالیت های سازمان های اثرگذار در صنعت بازی بریتانیا

بریتانیا پس از چین، ایالات متحده، ژاپن و آلمان پنجمین بازار بزرگ بازی های ویدیویی در سال ۲۰۱۸ را از نظر درآمد مصرف کننده دارا بوده است، تقریباً ۳۷٫۳ میلیون نفر در بریتانیا به بازی ها می پردازند. بازی های ویدیویی به طور فزاینده ای در فرهنگ و جامعه بریتانیا جاسازی می شوند. بازی ها یکی از ارزشمندترین رسانه های سرگرمی در بریتانیا هستند. آمارها در خصوص این کشور نشان می دهد بازی ها در ۷ خانه از ۱۰ خانه انجام می شود.

بازی های ویدیویی بریتانیا در سال ۲۰۱۹، ۵٫۳۵ میلیارد پوند فروش داشته است که شامل ۳٫۸۵ میلیارد پوند در نرم افزار بازی و ۱٫۳۵ میلیارد پوند در سخت افزار بازی ها می شود. در سال ۲۰۱۶، متخصصان بازی های اروپایی، بریتانیا را به عنوان بازار اروپایی که بهترین بازی ها در آن ساخته می شوند رتبه بندی کردند. ۹۵ درصد این صنعت بر صادرات متمرکز است و استودیوهای توسعه بازی های بریتانیا حداقل برخی از بازی های خود را صادر می کنند.

در این گزارش به فعالیت های سازمان های اثرگذار و سرمایه گذار بر صنعت بازی در بریتانیا اشاره می شود.

یکی از این سازمان ها، سازمانی با عنوان نستا (NESTA)^[۱] است، (بنیاد ملی علم، فناوری و هنر) که یک بنیاد نوآوری مستقر در بریتانیا به حساب می آید. این سازمان از طریق ترکیبی از برنامه ها، سرمایه گذاری، سیاست گذاری و تحقیقات و شکل گیری مشارکت ها برای ارتقای نوآوری در طیف وسیعی از بخش ها عمل می کند. هدف این موسسه این است که ایده های جسورانه را زنده کند تا دنیا را برای همیشه تغییر دهد. این سازمان بازوی سرمایه گذاری در حوزه نوآوری اجتماعی در بریتانیا



صدا می شوند. از نظر فنی، آن ها مهندسی نرم افزار را با ریاضیات و فیزیک، هوش مصنوعی را با شبکه ها و داده های کاربر گرد هم می آورند.

در مجموع روش های مختلفی برای توصیف اندازه صنعت بازی وجود دارد. ارقام رسمی دولت تخمین می زند که صنعت بازی های ویدیویی در بریتانیا سال ۲۰۱۹ ۲٫۹ میلیارد پوند ارزش افزوده ناخالص برای اقتصاد بریتانیا ایجاد کرده است که در سال ۲۰۲۱ این رقم به ۵٫۲ میلیارد پوند رسیده است.

همچنین بر اساس گزارش سازمان تجارت بازی ها و صنعت سرگرمی تعاملی بریتانیا^[۲]، صنعت

بازی های ویدیویی محصولاتی فرهنگی، سمعی و بصری هم تراز با فیلم، تلویزیون و انیمیشن هستند. آن ها از رشته های هنری مانند موسیقی و هنر استفاده می کنند و گاهی اوقات شامل روایت می شوند. بازی های ویدیویی همچنین با دیگر اشکال رسانه ها، به عنوان مثال، فیلم، تلویزیون و موسیقی الهام بخش تعامل دارند.

به عنوان مصنوعات فرهنگی، بازی های ویدیویی محصولات پیچیده و چندوجهی هستند که شامل شیوه های خلاقانه از شخصیت و روایت، تعامل و طراحی بازی، طراحی محصول و محیط تا طراحی و ترکیب

[۱] The trade body for the UK games and interactive entertainment industry

[۲] National Endowment for Science, Technology and the Arts



آن هزینه‌های توسعه پیش از درآمد فروش توسط ناشر متحمل می‌شود به شیوه‌هایی تغییر کرده که در آن شرکت‌های بازی جداگانه هزینه توسعه را در ازای سهم بیشتری از درآمد فروش متحمل می‌شوند.

همچنین این سازمان کمک می‌کند نوآوری فناورانه گسترش یابد و شیوه‌های کاری بر روی راه حل تکرار شونده و اغلب مبتکرانه فعال و متمرکز باشد و به شرکت‌های کوچک و متوسط کمک می‌کند تا در آزمایش‌های خلاقانه با استفاده از فناوری‌های جدید و نوظهور مشارکت داشته باشند، مخاطبان جدید را کشف کنند و روابط کاری بین‌رشته‌ای ایجاد کنند. همچنین به ایجاد شبکه‌های بین بخشی جدید که نوآوری و عملکرد خلاق بین رشته‌ای را ترویج می‌کند، کمک می‌کند. محصولات مبتنی بر طراحی را که بر اساس مدل‌های موفق در صنایع مرتبط است را توسعه و ترویج می‌کند.

InGame همچنین فناوری و نوآوری‌های فرآیندی را شناسایی می‌کند که به‌عنوان محصولات مستقل دارای پتانسیل هستند و راه‌حل‌ها و فرصت‌های جدیدی را برای تجاری سازی ایجاد می‌کند. این مشارکت از نوآوری فناوری جدید توسط تشکیل پیل ارزیابی نوآوری فناوری، توسعه فرآیندهای نمونه سازی

منعکس‌کننده تلاش‌های جدید و گسترده سازمان برای تبدیل جهان به مکانی سالم‌تر، منصفانه‌تر و پایدارتر تا سال ۲۰۳۰ خواهد بود. در راستای اهداف ۲۰۳۰ نستا، از استارت‌آپ‌هایی حمایت می‌کند که تأثیرگذاری بالا ایجاد می‌کنند.

یکی دیگر از سازمان‌های اثرگذار بر صنعت بازی در بریتانیا این گیم (InGame) است، شرکت‌های کوچک و متوسط که در بخش بازی‌های ویدیویی فعالیت می‌کنند، در معرض اختلالات فناوری، بازار و پلتفرم هستند، جایی که دسترسی به پلتفرم چالش‌های مهمی برای دوام محصول ایجاد می‌کند. این عوامل فشار نزولی بر نوآوری در این صنعت وارد می‌کنند که InGame با ایجاد یک مرکز تحقیق و توسعه اختصاصی در پی مشارکت در این حوزه است. هنرمندان، طراحان و نویسندگان خلاق با فن‌آوران و متخصصان کسب‌وکار مشارکت خواهند داشت تا منبعی پویا و پاسخگو برای درگیر شدن با چالش‌های سطح بالا ارائه دهند، جایی که تحقیق و توسعه مشترک می‌تواند به رشد، پایداری و توسعه قابل توجهی برای بازی‌های رایانه‌ای منجر شود.

این سازمان همچنین در راستای ریسک خلاق فعالیت می‌کند، نسبت به دهه‌های گذشته، مدل کسب‌وکار غالب از مدل انتشاراتی که در

در دهه گذشته، این سازمان فعال‌ترین صندوق تأثیرگذاری در بریتانیا بوده است و در نسل جدیدی از استارت‌آپ‌های تغییر دهنده بازی سرمایه‌گذاری می‌کند. این سازمان به دنبال بیش از یک دهه حمایت از مشاغل هدفمند در سراسر بریتانیا است. از سال ۲۰۱۲ مستقیماً در بیش از ۳۰ شرکت در مراحل اولیه از دو صندوق قبلی سرمایه‌گذاری کرده است. مجموعه فعلی آن‌ها شامل پلتفرم منابع آموزشی دیجیتال، ابزار هوش مصنوعی و ارائه دهنده داده‌ها و نرم‌افزار برای مدارس است.

در سال‌های اخیر نستا استراتژی سرمایه‌گذاری ۵۰ میلیون پوندی جدیدی را برای حمایت از کسب‌وکارهای فناوری در مراحل اولیه که تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی قوی ایجاد می‌کنند، اعلام کرده است. بیش از ۲۵ میلیون پوند از صندوق ۵۰ میلیون پوندی برای سرمایه‌گذاری مستقیم در استارت‌آپ‌های اولیه در پنج سال آینده اختصاص یافته است. بین پنج‌تا ده سرمایه‌گذاری در سال انجام دهند و از این طریق قدرتی را که سرمایه‌گذاری می‌تواند بر مردم و کره زمین داشته باشد و همچنین بازدهی که این رویکرد می‌تواند برای سرمایه‌گذاران به همراه داشته باشد را نشان دهند.

در آینده، استراتژی سرمایه‌گذاری نستا



سریع با تمرکز بر توسعه محصولات فناوری جدید، ارائه دسترسی به یک بستر آزمایشی دیجیتال برای نوآوری در فناوری‌های متصل به نسل بعدی و قرار دادن هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و فناوری تجزیه و تحلیل داده‌ها در قلب نوآوری فناوری انجام می‌شود. طرح مشاوره تحقیق و توسعه و شبکه شریک InGAME یک سرویس تحقیق و توسعه یکپارچه، نمونه‌سازی و توسعه محصول ارائه می‌دهد که از شرکت‌ها برای نوآوری فناوری‌های جدید برای بازارها، فناوری‌ها و فرآیندهای تأسیس شده و نوظهور پشتیبانی می‌کند. کمک به شرکت‌ها برای انجام ارزیابی فناوری با هدف شناسایی فناوری‌ها، فرآیندها و خدمات جدید با پتانسیل بازار صورت می‌گیرد. شرکت‌ها به پشتیبانی توسعه و پشتیبانی تخصصی بهره‌برداری از فناوری برای باز کردن فرصت‌ها و بازارهای تجاری جدید دسترسی خواهند داشت.

این بسته حمایتی در افزایش سودآوری و پایداری در شرکت‌ها، رشد و تنوع از طریق همکاری‌های بین‌رشته‌ای و بین‌بخشی، توسعه بازار و جذب مخاطبان، بهبود رشد و انعطاف پذیری از طریق مدل‌سازی اختصاصی و سفارشی کسب‌وکار مؤثر است.

یکی دیگر از سازمان‌های فعال در صنعت بازی در بریتانیا TIGA است که یک انجمن تجاری است که صنعت بازی‌های بریتانیا را نمایندگی می‌کند. اعضای این سازمان شامل توسعه دهندگان بازی‌های مستقل، ناشران داخلی، شرکت‌های برون‌سپاری، کسب‌وکارهای فناوری و دانشگاه‌ها هستند. چشم‌انداز TIGA این است که بریتانیا را به بهترین مکان در جهان برای انجام تجارت بازی تبدیل کند. این سازمان تنها نهادی است که به‌طور مداوم برای تخفیف مالیاتی بازی‌های ویدیویی تلاش کرده است، این سازمان همیشه از تخفیف مالیاتی برای تولید بازی‌ها حمایت می‌کرده و مابین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ یک کمیون هفت‌ساله متمرکز برای معرفی بازی‌ها از تخفیف مالیاتی به راه انداخته است. این مجموعه در کنار حمایت از بازی‌سازان و فعالان عرصه تولید بازی ۵ اصل را دنبال می‌کند:

۱. محافظت از کودکان:

در طراحی بازی‌هایی که احتمالاً برای کودکان جذاب هستند، باید دقت شود و ابزارها و

اطلاعات لازم در مورد محتوا برای والدین سرپرستان و کودکان فراهم گردد تا آن‌ها را قادر سازد تا تمام جنبه‌های لذت‌بخش از بازی‌ها



را مدیریت کنند.

۲. رفتار منصفانه با مصرف‌کنندگان:

با بازیکنان به‌عنوان مصرف‌کننده همیشه به شیوه‌ای منصفانه برخورد شود، علاوه بر این که از کلیه قوانین مربوط به بازاریابی، تبلیغات و حمایت از مصرف‌کننده پیروی می‌کنیم.

۳. حفاظت از جوامع آنلاین:

جوامع بازی آنلاین و تعاملات آن باید امنیت کاربران را ایجاد کنند و بازیکنان را در معرض آسیب قرار ندهند.



۴. احترام به داده‌های شخصی:

اقدامات مناسب باید صورت گیرد تا اطمینان حاصل شود که حقوق بازیکنان برای حفظ حریم خصوصی داده‌های شخصی رعایت می‌شود.



۵. مدیریت هزینه و زمان:

با طراحی و اقدامات متناسب، میزان زمان و هزینه صرف شده برای بازی‌ها باید مدیریت شود.

یکی دیگر از نهادهای اثرگذار بر صنعت بازی در بریتانیا Ukie^۴ می‌باشد، انجمن سرگرمی‌های تعاملی انگلستان، یک انجمن تجاری غیرانتفاعی برای صنعت بازی‌های ویدیویی در بریتانیا است و قدیمی‌ترین سازمان تجارت بازی‌های ویدیویی و سرگرمی‌های تعاملی در جهان است. این سازمان ابتدا به‌عنوان انجمن ناشران نرم‌افزار تفریحی اروپا (ELSPA) و سپس انجمن ناشران نرم‌افزار سرگرمی و اوقات فراغت (ELSPA) تأسیس شد، قبل از اینکه در سال ۲۰۱۰ به Ukie تغییر کند.

[۴] TIGA : trade association representing the UK's games industry

[۵] The Association for UK Interactive Entertainment



هدف اصلی این سازمان نمایندگی صنعت بازی های ویدیویی انگلستان است. در سال جاری این مجموعه بیش از ۲۰۰۰ کسب و کار بازی را برای پشتیبانی از ۷۳۰۰۰ شغل در بخش بازی های سریع و خلاقانه و سرگرمی های تعاملی بریتانیا نمایندگی کرده است.

این انجمن استراتژی و مشاوره برای توسعه دهندگان و ناشران ارائه می دهد و با اعضای دولت ملاقات می کند تا به ایجاد سیاست های مربوط به بازی های ویدیویی کمک کند.

Ukie به رشد بخش سرگرمی های تعاملی بریتانیا کمک می کند و نمایندگی کسب و کارها از استودیوهای خرد گرفته تا شرکت های چندملیتی، توسعه دهندگان، ناشران و شرکت های خدماتی، ورزش های الکترونیکی و ... را به عهده دارد و تلاش می کند تا بریتانیا بهترین مکان در جهان برای ساخت، فروش و بازی بازی های ویدیویی شود. همچنین در طیف گسترده ای از ابتکارات و فعالیت ها، از آموزش گرفته تا سیاست، از رویدادها تا سرمایه گذاری را مدیریت می کند تا از این طریق به صنعت بازی کمک کند.

نویسنده:

مهشید شهیدی، دانشجوی دکتری جامعه شناسی، کارشناس پژوهش در بنیاد ملی بازی های رایانه ای





فین تک برای کسب‌وکارهای کوچک



نویسنده: کارن جی میلز
 مترجم: فاطمه ندیمی، قاسم سرافرازی
 ناشر: راه پرداخت

کسب‌وکارهای کوچک ستون فقرات اقتصاد و بزرگ‌ترین ایجادکنندگان شغل در جهان هستند؛ اما برای بسیاری از صاحبان این کسب‌وکارها تامین سرمایه لازم برای شروع یا توسعه کاروکسبشان دشوار است. در بحران مالی و حتی بحران اخیر کرونا بسیاری از

بانک‌ها و نهادهای مالی از ارائه وام به کسب‌وکارهای کوچک خودداری کردند؛ ولی فین تک این روند را دگرگون کرده است. «کارن جی میلز»، استاد دانشگاه هاروارد در کتاب خواندنی فین تک برای کسب‌وکارهای کوچک توضیح می‌دهد که چطور فین تک نحوه وام‌دهی و تامین مالی کسب‌وکارهای کوچک را تحت تاثیر قرار می‌دهد. نوآوری‌های فین تک موجب می‌شوند کسب‌وکارهای کوچک بتوانند روی پای خودشان بایستند. در سال‌های اخیر فین تک در ایران هم توسعه یافته است؛ منتها تا نقطه مطلوب فاصله زیادی داریم. مرور تجربه‌های جهانی، مانند آن چیزی که در این کتاب طرح شده است، ما را در زمینه ادامه مسیر راهنمایی می‌کنند.

درباره‌ی کتاب فین تک برای کسب‌وکارهای کوچک

فین تک یا فناوری مالی به معنای کاربرد نوآورانه فناوری در ارائه خدمات مالی است و به کمپانی‌هایی اشاره دارد که با کاربرد تکنولوژی تلاش می‌کنند خدمات مالی را کارآمدتر کنند. این امر برای اقتصاد تمام کشورها لازم و ضروری است چرا که کسب و کارهای کوچک، اساس و شالوده‌ی اقتصاد یک کشور را تشکیل می‌دهند. کتاب فین تک برای کسب‌وکارهای کوچک از یک جنبه محدود به فین تک نگاه می‌کند و روی اینکه فناوری چطور توانسته بر حوزه وام‌دهی تاثیر بگذارد، متمرکز است و به طور خاص به موضوع وام‌دهی به کسب‌وکارهای کوچک می‌پردازد.

بخشی از کتاب فین تک برای کسب‌وکارهای کوچک

چه می‌شد اگر فناوری این قدرت را داشت که صاحب یک کسب‌وکار کوچک را به طور قابل ملاحظه‌ای نسبت به جریان نقدینگی خود آگاه کند و همچنین یک وام دهنده را در این مورد مطلع سازد؟ چه می‌شد اگر خدمات و محصولات اعتباری جدید کار ساختن چیزی که یک سرمایه‌گذار آن را «پرونده حقیقت» (مجموعه‌ای از اطلاعات که می‌تواند سریع و با دقت اعتبار یک کسب‌وکار کوچک را ارزیابی کند) می‌نامد، آسان‌تر کند؟ فرایندی بسیار شبیه به امتیاز اعتباری شخصی مصرف‌کننده که به بانک‌ها کمک می‌کند تا اعتبار افراد را برای ارائه وام‌های شخصی، کارت‌های اعتباری و... ارزیابی کنند. چه اتفاقی رخ می‌داد اگر مالک یک کسب‌وکار کوچک ابزار اطلاعاتی داشته باشد تا بتواند تصویری از سلامت مالی کسب‌وکار خود را به معرض نمایش بگذارد؟

نظریه کارها



نویسنده: کلیتون ام کریستنسن و ندی هال
 مترجمین: محسن ربیعی
 ناشر: آریانا قلم

کسب‌وکارها چطور باید مسیر رشدشان را هموار کنند؟

چطور می‌توانند با اطمینان محصولات و خدماتی ارائه کنند که مشتریان خواهان خریدشان باشند؟ آیا نوآوری بازی بخت‌واقبال است؟

استاد فقید مدرسه کسب‌وکار هاروارد، کلیتون کریستنسن، پاسخ را در آستین دارد. کریستنسن در آستانه قرن بیست‌ویکم با طرح نظریه پیشگامانه نوآوری برهم‌زننده دنیای کسب‌وکار را متحول کرد. حالا او گام دیگری به پیش برداشته است و با انتشار کتاب نظریه کارها، حکمت‌ها و دانسته‌هایی جدید برایمان آورده است.

نویسندگان این کتاب بر این باورند که وقتی سازمانی بفهمد چه چیزی مشتریان را برمی‌انگیزد تا محصول یا خدمتی را «به خدمت بگیرند»، خواهد توانست فرایند نوآوری‌های خودش را بهبود دهد و محصولاتی تولید کند که مشتریان نه تنها خواهان به خدمت گرفتن آنها هستند، بلکه حاضرند قیمت بیشتری بپردازند تا آنها را وارد زندگی خودشان کنند. نظریه کارها مسیری جدید پیش پای شرکت‌هایی می‌گذارد که از تلاش‌های کورکورانه و تصادفی برای نوآوری سرخورده شده‌اند.

خرید کتاب از وب سایت:
www.aryanaghalam.com

www.w2pshop.ir

خرید کتاب از وب سایت :

چرا می‌خوابیم؟



نویسنده: متیو واکر
مترجم: ناهید ملکی
ناشر: نشر نوین

آخرین باری که بدون زنگ ساعت یا موبایل از خواب بیدار شدید و برای هشیار شدن به قهوه یا چای نیاز نداشتید کی بود؟ دو سوم افراد بالغ در کشورهای توسعه یافته مقدار خواب کافی توصیه شده‌ی هشت ساعت را ندارند. این احتمالاً برایتان تعجبی ندارد. اما عواقبش چرا: انواع و اقسام اختلالات ذهنی و جسمی، کاهش توانایی‌های ذهنی، ریسک بالای انواع بیماری‌های ذهنی و جسمی مثل آلزایمر یا سرطان. تا افزایش شدید هزینه‌های درمانی و خسارت‌های جانی و مالی به خاطر افت عملکرد در آموزش و درمان. اما چرا؟ مگر خواب چه کاری می‌کند؟ اصلاً به عنوان یک موجود زنده چرا می‌خوابیم؟

واکر با پاسخگویی به پرسش‌های مهمی در زمینه خواب، شما را با خود همراه می‌سازد. سوالاتی نظیر: کافئین و الکل چگونه بر خواب تأثیر می‌گذارند؟ REM چیست و در هنگام خواب REM چه اتفاقی می‌افتد؟ چرا الگوی خواب ما در طول زندگی تغییر می‌کند؟ وسایل کمکی خواب معمولاً چه تاثیری بر ما دارند و آیا می‌توانند در دراز مدت آسیب برسانند؟ کتاب چرا می‌خوابیم (Why We Sleep) به زبانی ساده و گیرا بخش اعظمی از پژوهش‌ها و یافته‌های به روز دانشمندان را اختیاراتان قرار می‌دهد تا علاوه بر بهبود عادت‌ها و سبک زندگی‌تان در زمینه خواب، از مکانیسم جالب و هیجان‌انگیز مغز در زمان خواب آگاه شوید. ساختار کتاب به گونه‌ای است که متیو واکر (Matthew Walker) در فصل‌های آغازین به چیستی و فلسفه خواب و تعریف علمی و دقیق آن می‌پردازد، سپس از اهمیت و ضرورت این پدیده شگرف و تأثیر آن بر سلامتی جسمی و روحی‌تان سخن می‌گوید. واکر در فصلی مجزا به بررسی تأثیر فناوری و زندگی پرمشغله و اضطراب آور امروزی بر خواب می‌پردازد.

دانلود پادکست: www.bpluspodcast.com خرید کتاب از وب سایت: www.nashrenovin.ir

قلاب

نویسندگان: نیر ایال با همکاری رایان هوور
مترجم: سعید قدوسی نژاد
ناشر: آریانا قلم

چه چیزی باعث می‌شود بعضی محصولات تا این حد اعتیادآور باشند؟

محصولات و خدماتی که از روی عادت از آن‌ها استفاده می‌کنیم ما را به خود وابسته می‌کنند و این درست همان چیزی است که طراحان این محصولات به دنبال آن بوده‌اند. شرکت‌ها، می‌خواهند وفاداری کاربران را به دست بیاورند و محصولی خلق کنند که کاربران بارها به سراغ آن بروند. اما چطور می‌توان چنین محصولاتی را خلق کرد؟

کتاب «قلاب» شامل تجربیات، مشاهدات و تحلیل‌های فضای واقعی کسب‌وکار و عمدتاً درباره‌ی محصولات اینترنتی است. فضای اینترنت، امکانات جدیدی برای اثرگذاری روی کاربر فراهم می‌کند که در این کتاب به خوبی تجزیه و تحلیل شده‌اند. تمرکز این کتاب، طراحی محصول با دیدگاهی روانشناختی است. به شکلی که کسب‌وکارها بتوانند محصولاتی ارائه کنند که به بخش جدانشدنی زندگی کاربران تبدیل شوند.

کتاب قلاب فرایندی چهارمرحله‌ای را در اختیار شما قرار می‌دهد که شرکت‌ها برای درگیر شدن کاربر با محصول از آن استفاده می‌کنند. نیر ایال، نویسنده‌ی این کتاب معتقد است که محصولات موفق با اجرای پی‌درپی چرخه‌ی قلاب به هدف نهایی خود، یعنی درگیر کردن کاربر با محصول می‌رسند و کاربران را به استفاده‌ی مکرر از محصول وامی‌دارند، بدون اینکه به تبلیغات پرهزینه یا اطلاع رسانی گسترده نیازی داشته باشند.

این سوال به وجود می‌آید که عادت‌ها به چه درد کسب‌وکار می‌خورند؟

اگر رفتارهای برنامه‌ریزی شده‌ی ما، تا این حد در اقدامات روزمره‌یمان تعیین‌کننده‌اند، قطعاً تحت کنترل درآوردن قدرت این عادت‌ها می‌تواند موهبتی برای صنعت باشد. درواقع، عادت‌ها برای کسانی که بتوانند واقعا به آن‌ها شکل بدهند، می‌توانند بسیار مفید باشند.



نسخه صوتی: www.taaghche.com خرید کتاب از وب سایت: www.aryanaghalam.com



تریبون دوم این شماره اختصاص دارد به معرفی شرکت مهندسی راهکار آفرین آدا با "نرم افزار مدیریت رستوران کلاژ، خرمشهر آپ - فروش کالا و ارائه خدمات آنلاین" و گفتگو با آقای محمد جواد تیموری



شرکت مهندسی راهکار آفرین آدا از سال ۱۳۹۳ آغاز بکار کرد ما یکی از شرکت‌های پیشرو ارائه‌کننده راهکارهای نرم افزاری در ایران هستیم. رضایت مشتری، استراتژی محوری شرکت مهندسی راهکار آفرین آدا و خلاقیت، پشتکار و محیط کار متمایز پشتوانه ما است. راهکارهای ما مجموعه‌ای است از سیستم‌های اطلاعاتی یکپارچه کاربردی که به همراه خدمات مشاوره، استقرار، آموزش و پشتیبانی نرم افزارهای اداری و بایگانی و رستورانی و همچنین در زمینه استارت آپ فروشگاهی ارائه می‌شوند.

هدف شما از ایجاد این کسب‌وکار چه بوده است؟

هدف ما از ایجاد این کسب و کار این بود که راهکارهای نوین و بروز تحولی در سیستم‌های رستورانی و اداری ایجاد کنیم و همچنین با تولید استارت آپ فروشگاهی و خدماتی بتوانیم در کسب و کار هموطنانمان در داخل و حتی خارج از ایران باعث تنوع و تحول در کسب و کارها باشیم ما در این راه موفق بوده‌ایم و هم‌اکنون با هشت پروداکت در زمینه رستورانی و اداری و استارت آپ به هموطنانمان خدمات ارائه می‌دهیم.

لطفاً یک معرفی کلی از خدمتی که ارائه می‌کنید بفرمایید.

در زمینه اداری شرکت نرم‌افزاری آدا با تولید نرم افزارهای اتوماسیون اداری، بایگانی و دبیرخانه فعالیت گسترده‌ای دارد و به‌صورت سازمان محور هر مجموعه و سازمانی را تحت پوشش قرار می‌دهد و می‌تواند نیازهای گسترده آن‌ها رو پشتیبانی کند همچنین سعی بر این دارد روال اداری در هر مجموعه آسان و کاربردی شود و از بروزترین امکانات در این نرم‌افزارها استفاده شده است تا در مقایسه با رقبای داخلی و



و خارجی منحصر به فرد باشد. (khorramshahrapp) در زمینه رشد و ارتقا

در زمینه رستورانی شرکت نرم‌افزاری آدا با راهکاری نوین وارد بازار شد و هم‌اکنون با ارائه نرم‌افزار رستورانی کلاژ متمایز با سایر رقبا و بسیار کامل و جامع در حال فعالیت است. ما سعی کرده‌ایم همه نیازهای مجموعه‌های رستورانی و مجموعه‌های وابسته، با این نرم‌افزار برطرف شود و به بهترین شکل هم برای مجموعه‌ها هم مشتریان آن‌ها خدمات خوبی ارائه دهد و کاربردی باشد.

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

در زمینه استارت آپ خرمشهر آپ ما کاملاً بی‌واسطه کار می‌کنیم و هیچ‌گونه هزینه سنگینی برای کسب و کارهای کوچک نداریم همچنین با ارائه خدماتی متمایز همانند ارائه وب‌سایت

چه موانع یا مشکلاتی در راه

کسب‌وکار شما بوده و یا هست؟

عدم حمایت و تبلیغات رسانه‌ای و بیلبوردی بخش وسیعی از مشکلات ما هست واقعاً توان پرداخت هزینه های سنگین تبلیغاتی صدا و سیما و بیلبورد های شهری نداریم.

انتظارات شما در خصوص

حمایت‌های دولتی مانند برنامه

توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق

چیست؟

انتظار دارم حمایت‌هایی که انجام می‌دهند در خصوص پتانسیل آن حمایت‌ها برای شرکت‌های مانند ما تحقیق کنند. الان حمایت‌هایی انجام می‌دهند مثلاً ما را در فلان شبکه می‌برند که مصاحبه کنند ولی آن شبکه بعد از مصاحبه با ما به دلیل نبود بازدید زیاد منحل می‌شود؛ یا برای شب عید ما را دعوت به روزنامه‌ای می‌کنند جهت مصاحبه به نظر بنده روزنامه در شب عید هیچ پتانسیلی برای ما ندارد و بعد هم اگر بگوییم حمایت نکردید می‌گویند پس این حمایت‌ها چه بوده خواهش می‌کنم صدای ما را به گوش مسئولین برسانید این گونه حمایت‌ها دوی کسب کار ما نیست فقط برای شما گزارش سازی می‌کند ولی در عمل ما درجا می‌زنیم لطفاً بخشی از صدا سیما و تبلیغات صدا سیما در شبکه‌های اصلی و همچنین بیلبورد های شهری را برای ما آزاد کنید تا دیده شویم ، من خیلی دعوت‌نامه داشتم از کشورهای مختلف ولی در خاک خودم ایرانم می‌خواهم دیده شوم و خدمت کنم برای مردم کشورم لطفاً حمایت‌های پر ارزش و پر بهره از ما را در اولویت‌های کاری خود بگذارید.

سایت:

www.wadasoftco.com

www.krms.ir

اینستاگرام:

@adasoftco

@krms.ir



در خصوص استقبال از استارت‌آپ خرمشهرآپ به دلیل نبود حمایت های بخش دولتی استقبال از این سیستم کم بوده.

برای آینده شرکت چه برنامه‌ای دارید؟

بشدت دنبال صادرات محصولات و خدمات خود به خارج از کشور هستیم و در آینده نزدیک زیر مجموعه های مختلفی تأسیس خواهیم کرد.

تعدادی از محصولات و خدمات را معرفی

کنید.

اتوماسیون اداری مایسا، دبیرخانه مایسا، بایگانی مایسا، اتوماسیون اداری آدا، دبیرخانه و بایگانی آدا، نرم افزار رستورانی کلاژ، سامانه یکپارچه و رستورانی سول که بزرگ‌ترین سامانه یکپارچه رستورانی کشور است، استارت‌آپ فروشگاهی و خدماتی خرمشهرآپ

چه موفقیت‌هایی یا تجربیات موفق به دست

آورده‌اید؟

در زمینه اداری و رستورانی و حتی ایده‌های استارت‌آپی در کشور اول هستیم و همچنین صادرات نرم‌افزار در کشورهای ترکیه، عراق، قطر، سریلانکا، داشته‌ایم.

به‌صورت کاملاً رایگان درگاه آنلاین به آن‌ها در جهت رشد کسب و کارشان کمک می‌کنیم تا از سایر پلتفرم‌های مشابه خارجی بی‌نیاز شوند این استارت‌آپ هشت سال برای کلیه خوزستانی‌ها رایگان می‌باشد.

در زمینه رستورانی کاملاً نگرش جدیدی را وارد بازار کرده‌ایم و سیستم‌های سنتی قدیمی که با دستگاه‌های فیش پرینتر کار می‌کرد کنار گذاشته‌شده و دیگر هزینه زیادی مشتریان در خصوص سخت‌افزارها نمی‌دهند و به احترام طبیعت کاغذی به‌عنوان رسید استفاده نخواهد شد همچنین سیستم رستورانی ما داری گزارش‌ها متنوع از جمله سود و زیاد آنلاین و لحظه‌ای است.

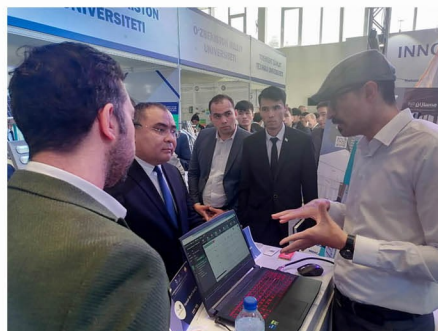


در زمینه اداری شرکت‌ها کاملاً می‌توانند پیگیر مکاتبات اداری خود باشند و از امکانات کامل و بروز این سیستم استفاده نمایند و همچنین مشتریان آن شرکت‌ها با استفاده از همین سیستم می‌توانند سفارش‌ها خود را ثبت کنند و دیگر از فاکس و ایمیل و نرم‌افزار های چت برای پیگیری کارهایشان کاملاً بی‌نیاز هستند لازم به ذکر است در سیستم اتوماسیون ما شرکت‌های می‌توانند از بخش ویدیو کنفرانس نرم‌افزار برای جلسات آنلاین خود استفاده نمایند.

مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟

چه بازخوردهایی تاکنون از آنان داشته‌اید؟

در قسمت اداری کلیه شرکت های خصوصی و دولتی و هر نهادی که مکاتبات اداری دارند می‌توانند کار کنند در قسمت رستورانی، کافی شاپ ها و رستوران های زنجیره‌ای و مجموعه‌های وابسته می‌توانند کار کنند در قسمت استارت‌آپ قشری از جامعه که به دنبال کسب و کارهای خود به‌صورت آنلاین هستند می‌توانند کار کنند.





ال بار



سامانه هوشمند ال بار با دسترسی به صاحبان بار در اقصی نقاط کشور، بزرگترین و جامع ترین مرجع اعلام بار اینترنتی می باشد. با پیوستن به ناوگان ال بار دیگر نیازی به اتلاف وقت در باربری ها نداشته و از هر جای کشور بار مورد نظر خود را انتخاب نموده و به مقصد مورد نظر حمل کنید.

ثبت نام

برنامه موبایل ال بار برای تمامی گوشی‌های اندروید در دسترس است. کفایت ثبت نام کنید تا لینک پشتیبانی

دانلود این برنامه برای شما از طریق پیامک ارسال شود

انتخاب بار

شما راننده محترم می‌توانید با استفاده از اپلیکیشن ال بار تالار اعلان بار را مشاهده نمایید و بارهایی که مورد پذیرش و دلخواهتان است را پذیرفته و بار متناسب با ماشین خود را در سراسر کشور مشاهده و بر اساس معیارهایی نظیر مبدأ، مقصد و کرایه حمل، بار موردنظر خود را در کمترین زمان ممکن و با رزرو کنید و به این صورت احتمال بازگشت بدون بار تا حد بسیار زیادی کاهش می‌یابد



چیکو

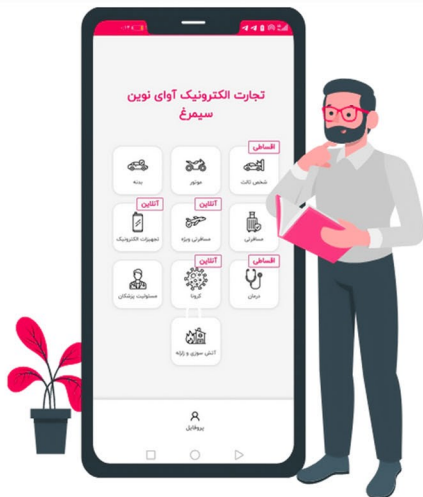
اشیای پنهان رو پیدا و معما را حل کن!

بازی چیکو، یک بازی معمایی جذاب و چالش برانگیزه، توی این بازی باید اشیایی که بازی ازت می‌خواد رو پیدا کنی یا بسازی، هدف در بازی این که معماها رو حل کنی، مراحلو کامل کنی و ستاره بدست بیاری، کلی مرحله متنوع اصلی و جانبی با معمای لذت بخش داره. و هر ماه هم کلی مرحله دیگه بهش اضافه میشه.

یه بازی عالی برای فاسفر سوزوندن، تقویت قدرت ذهن و تشخیصه، نصبش کن و با دوستات لذت ببرید و ثابت کن از اونا باهوشتری! اگر دنبال بازی میگردی که همش توش چالش باشه و درگیرش بشی این بازی بهترین پیشنهاده.

تنوع مراحل کیفیت عالی و کلی چیزای دیگه این بازیو به یک بازی با موضوع جدید و کامل تبدیل کرده.





اپلیکیشن پرداخت همراه آوا نوینوپا

شرکت تجارت الکترونیک آوای نوین سیمرغ در سال ۱۳۹۸ با تکیه بر دانش فنی جوانان پویا و متخصصین خود توانسته با اخذ مجوز پرداخت یاری و پرداخت سازی بانک مرکزی در صنعت پرداخت الکترونیک بخش قابل توجهی از مسیر تعالی خود را طی نماید. و در زمینه توسعه و دسترسی پذیری درگاه پرداخت اینترنتی، درگاه پرداخت واسط و نرم افزار جامع خدمات مالی بر بستر اندروید و همچنین ارائه دستگاه کارتخوان (pos) به سطح جامعه مشتریان خود ارائه خدمت نموده و در جهت تسهیل فرآیند پرداخت الکترونیک نقش بسزائی را ایفاء نمایید.

اپلیکیشن آوا پرداخت

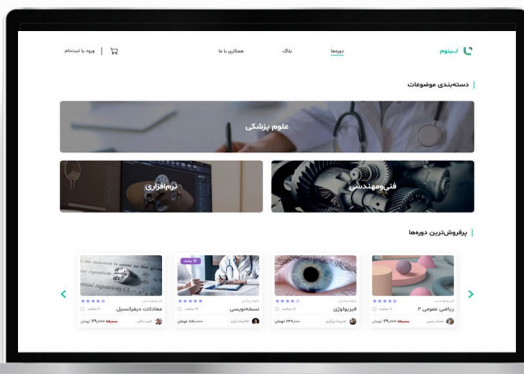
با ایده ای نو و طراحی استاندارد و کاربر پسند آماده ارائه خدمات مالی و پرداخت جهت بر طرف نمودن نیاز های کاربران فعالیت میکند. با استفاده از آوا سریعتر از هر

زمان دیگری پرداخت های روزانه خود را مانند پرداخت قبض ها، خرید شارژ و دیگر امور مالی را انجام دهید تا بتوانید سریعاً به امور دیگر روزمره ی خود رسیدگی کنید. یکی از امکانات ویژه آوا برای کاربران توسعه کیف پول الکترونیکی می باشد تا به راحتی با شارژ کردن کیف پول خود دیگر بدون نیاز به کارت خدمات پرداخت خود را تنها با یک کلیک و از طریق کیف پول انجام دهید.

آوا اپلیکیشن خدمات پرداخت همراه با هدف برطرف کردن نیاز های روز مره شما شروع به فعالیت نموده است. در سوپر اپلیکیشن آوا که یکی از محصولات تجارت الکترونیک آوای نوین سیمرغ است می توانید در سریعترین زمان نسبت به پرداخت قبوض، خرید شارژ و بسته اینترنتی، تهیه بلیط، پرداخت بیمه، خلافی خودرو، رزرو هتل و خدمات ارزنده دیگری اقدام نمایید. پس با نصب اپلیکیشن ویژه آوا علاوه بر بهره مند شدن از این امکانات با معرفی این برنامه امتیاز جمع آوری کنید و از آوا هدیه دریافت نمایید.



سایت: novinopay.com



پلتفرم لینوم



لینوم یک پلتفرم آموزشی آنلاینه که با انتخاب تخصصی مطالب کاربردی، یادگیری رو برای افرادی که به زمان خودشون اهمیت میدن آسون می کنه. ایجاد حس خوب یادگیری اصلی ترین هدفیه که برای رسیدن به اون تلاش شده.

لینوم قصد داره که فرهنگ آموزش باکیفیت در مدت زمان کم و بازدهی بالا رو ایجاد کنه و بتونه اون رو در سراسر ایران به هم دانشجویها ارائه بده، چون که می خواهد دانشجویهای توانمندی داشته باشیم که آسیب های ناشی از استرس تحصیلی رو تحمل نکنند.

ویژگی خاص لینوم این است که ویدیوهای آموزشی را به صورت میکرولرنینگ و در قالب ویدیوهای کیسولی فشرده به افراد ارائه می دهد. تلاش این استارتاپ این است که علاوه بر صرفه جویی در وقت، یادگیری با سرعت و کیفیت اتفاق بیفتد. آموزش با قیمت مناسب و با کیفیت بالا و در کمترین زمان باعث محبوبیت لینوم شده است.

سایت لینوم انواع دوره های آموزشی را در برمی گیرد. چه دانشجوی مهندسی باشید چه دانشجوی پزشکی، قطعاً لینوم برای شما مفید خواهد بود. پلتفرم لینوم انواع آموزش ها از ریاضیات دانشگاهی گرفته تا دوره های مربوط به حقوق، بافت شناسی، جنین شناسی و فتوشاپ را در برمی گیرد.

سایت: www.linom.org



رویکرد فناورانه در تولید محصولات چرمی

با فرارسیدن موج چهارم، جهان در حال گذر از عصر اطلاعاتی به عصر مفهومی است. عصری که قطعاً صنایع خلاق در بین صنایع مختلف پیشتاز خواهد بود. از جمله "صنایع خلاق" با پتانسیل بالا، صنعت چرم است که متأسفانه در فرآیند طراحی و تولید محصولات چرمی (بعد از تولید چرم از کارخانه) با مشکلات اساسی در کشور مواجه هستیم که بدون استفاده از فناوری‌های سایر رشته‌ها قادر نخواهیم بود محصولات با دقت و کیفیت بالا و نیز مقرون به صرفه از نظر اقتصادی تولید کنیم. لذا باید با نگاهی بین رشته‌ای و چند رشته‌ای در حوزه‌های مهندسی و تلفیق آن با رشته‌های هنری سعی کنیم زمینه‌ساز پیشتازی در این صنعت و صنایع خلاق مشابه در عصر مفهومی باشیم.

صنعت چرم و مشکلات پیش رو:

صنعت چرم به علت ظرفیت اشتغال‌زایی بسیار بالا، گستردگی وسیع و حجم سرمایه گذاری اولیه کمتر نسبت به سایر صنایع، از صنایع بسیار مهمی است که در صورت وجود عزمی ملی در توسعه این صنعت، قادر خواهیم بود ضمن ایجاد فرصت‌های عالی اشتغال در یک برنامه کوتاه‌مدت، جهت‌گیری صادراتی مطلوبی نیز در یک برنامه میان‌مدت داشته باشیم کشور ما به دلیل پتانسیل‌های بسیار بالا شرایط خوبی را برای توسعه این صنعت دارد که در ذیل به برخی از آن‌ها اشاره می‌گردد.

- وجود تأسیسات زیر بنایی و زیرساخت‌های لازم
- وجود نیروی فراوان و نسبتاً ارزان
- جایگاه ایران به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان چرم نیم ساخته دنیا
- دسترسی مستقیم به بازارهای خاورمیانه، آسیای میانه و اروپا برای صادرات
- حال سؤال این است چرا با وجود این پتانسیل بالا کشور ما نتوانسته است مانند کشورهای چوون ترکیه علاوه بر تأمین نیازهای داخلی و ایجاد فرصت‌های عالی اشتغال نسبت به صادرات محصولات نهایی چرم نیز اقدام کند.



- ۱- کمبود پوست مطلوب برای چرم مطلوب (به خصوص چرم گوسفند و بز)
- ۲- ظهور خشک‌سالی و تأثیر آن بر پوست دام باکیفیت
- ۳- عدم استفاده از فناوری‌های روز
- ۴- خام فروشی چرم (۸۰ درصد چرم به صورت نیم ساخته سالامبور صادر می‌شود)
- ۵- واردات محصولات چرمی
- ۶- کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش
- ۷- مشکل برند سازی
- پس از تحقیق و پژوهش از جمله در موارد ذیل:
- مطالعه و بررسی تحقیقات و تألیفات مربوط به صنعت چرم
- بازدید از کارخانه‌های چرم و شهرک‌های صنعتی چرم
- بررسی نظرات مختلف مسئولین
- بررسی نظرات تولیدکنندگان چرم
- بررسی نظرات صادرکنندگان چرم
- موارد ذیل به‌عنوان اهم مشکلات این صنعت جمع‌بندی گردید:



۸- فرهنگ خرید چرم مصنوعی

۹- نداشتن شبکه توزیع پیشرفته

۱۰- کمبود آموزش‌های مهارتی به‌روز برای تولید محصولات چرمی

۱۱- فرهنگ کارخانه‌داری پایین (بسیاری از تولیدکنندگان به‌محض ایجاد شوک در بازار چرم به‌جای دوام و رازی بودن به سود حداقلی و امید به آینده بهتر به فکر تعطیلی و کاهش نیروی انسانی هستند)

۱۲- حمایت حداقلی دولت

۱۳- نداشتن برنامه بلندمدت و نبود آینده‌نگری

۱۴- عدم حمایت دولت برای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی

۱۵- واردات قاچاقی محصولات

۱۶- رقابت منفی و شکننده بین کارخانه‌های چرم

۱۷- عدم شناخت تولیدکنندگان نسبت به سلیقه مشتری از لحاظ: رنگ، مد، نوع چرم

۱۸- دامداری سنتی و عدم کیفیت پوست

۱۹- صادرات چرم نیم ساخته و تبدیل آن به محصول توسط شرکت‌های خارجی و فروش مجدد آن به کشور ما

۲۰- حمل و نقل غلط پوست و صدمه زدن به آن

۲۱- کشتار سنتی و ضایعات بالای پوست

۲۲- تعرفه بالای واردات مواد شیمیایی مخصوص فرآوری چرم

۲۳- صنعت قوی دامداری ایران و عدم تناسب آن با کیفیت چرم

۲۴- عدم استقلال صنعت چرم (زیرمجموعه صنعت نساجی)

از بین موارد فوق، شش بند ۱۷، ۱۳، ۱۰، ۹، ۷، ۳ بیشترین ارتباط را با دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی دارد و از بین شش بند فوق، مهم‌ترین و اساسی‌ترین موضوع "کمبود آموزش‌های

مهارتی به روز برای تولید محصولات چرمی" است؛ زیرا استفاده از نیروی کار متخصص در حوزه طراحی و تولید محصولات چرمی منجر به صادرات محصولات چرمی به‌جای صادرات سالامبور و چرم خواهد شد که با تحلیلی آسان از مقایسه بین وضعیت فعلی صادرات به‌صورت سالامبور و صادرات به‌صورت محصولات چرمی این مهم قابل‌درک است.

است؛ اما در کارخانه‌های صنعتی طراحی (صنایع خلاق) کاملاً سنتی و تولید به دلیل ضرورت بهینه‌سازی تولید تا حد زیادی بهبودیافته است. این نتیجه با مشاهده عینی از بازدیدها و مصاحبه‌های زیادی از جمله موارد ذیل است:

- مطالعه و بررسی کتاب‌های چاپ شده
- مطالعه استاندارد سرفصل‌های تدوین‌شده سازمان فنی و حرفه‌ای
- بازدید از شهرک‌های صنعتی چرم شهر تهران و چرم شهر مشهد
- بازدید مکرر از کارگاه‌های آموزشی تولید محصولات چرمی دانشکده‌ها
- بازدید مکرر از کارگاه‌های آموزشی با

سه رویکرد مختلف برای ۱۸ میلیون جلد پوست ایران

۱	۲	۳
صادرات به صورت سالامبور	صادرات به صورت چرم	صادرات به صورت محصولات چرمی
۴۵ میلیون دلار ارزی	۲۱۰ میلیون دلار ارزی	۸۰۰ میلیون دلار ارزی

وضعیت فعلی طراحی و تولید محصولات چرمی

- وضعیت فعلی طراحی و تولید در داخل کشور متأسفانه کاملاً سنتی است. در مراکز آموزشی (دانشگاه‌ها، هنرستان‌ها و مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای) هم طراحی و هم تولید کاملاً سنتی است.
- استاندارد سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای
- بازدید از هنرستان دارای رشته سراجی
- مصاحبه با مربیان آموزشی هنرستان‌ها
- مصاحبه با مدرسان دانشگاه
- مصاحبه با مؤلفان سرفصل‌های استاندارد چرم‌دوزی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

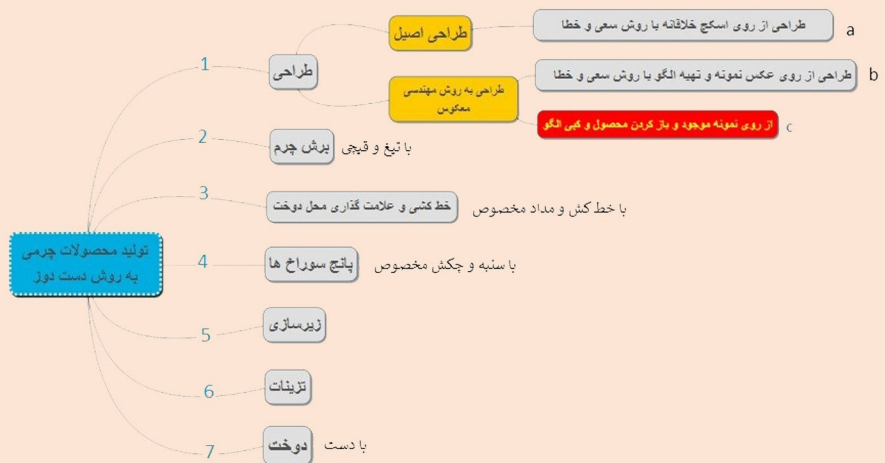


تسریع، کیفیت را افزایش و قیمت تمام شده محصول را کاهش داده است در این مدل برآنیم با ارائه مدلی نوآورانه مبتنی بر تکنولوژی کد کم اثری قابل توجه در بخش طراحی و برش محصول (بخصوص طراحی) داشته باشیم.



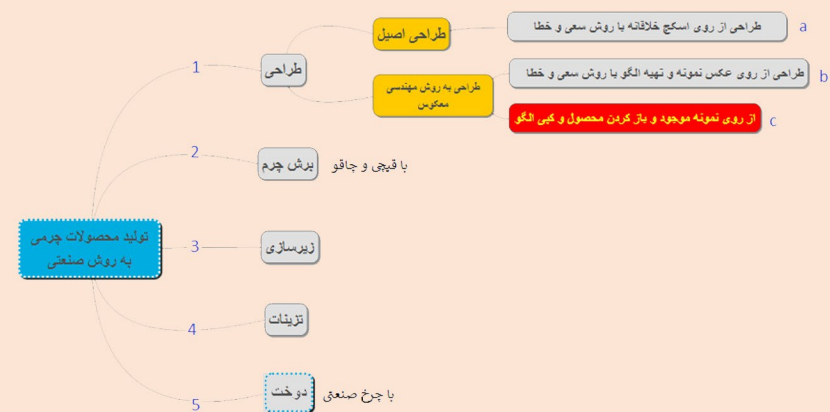
در طراحی محصول از بین سه روش a, b, c طراحی a اصیلترین روش است و در واقع روش b و c هر دو کپی محسوب می‌شوند (روش c کپی محض است) و متأسفانه اکثر تولیدات کشور ما چه از نوع کارگاهی و چه از نوع صنعتی از دو روش کپی استفاده می‌کنند و لذا طراحی اصیل به‌ندرت وجود دارد. حال آنکه از مهم‌ترین اهداف "صنایع خلاق فرهنگی" ارائه طرح‌های جدید و نو متناسب با شرایط فرهنگی جوامع و توسعه آن در مقیاس جهانی

• مصاحبه با مدیران تولید برخی از معتبرترین کارخانه‌های تولیدی چرم
 • بازدید مکرر از کارگاه‌های کوچک تولیدی چرم
 • مصاحبه با فروشندگان عمده تولید چرم
 • مصاحبه با افرادی با سی سال تجربه کار در طراحی و تولید محصولات چرمی
 مدل طراحی و تولید کارگاه‌های مختلف از جمله صنعتی و یا کارگاه‌های کوچک در دو قالب دست دوز و صنعتی دوز به‌صورت ذیل است:



شکل ۱: مدل طراحی و تولید در روش دست‌دوز

اکثر تولیدات کشور ما چه از نوع کارگاهی و چه از نوع صنعتی از دو روش کپی استفاده می‌کنند و لذا طراحی اصیل به‌ندرت وجود دارد. حال آنکه از مهم‌ترین اهداف "صنایع خلاق فرهنگی" ارائه طرح‌های جدید و نو متناسب با شرایط فرهنگی جوامع و توسعه آن در مقیاس جهانی است حال آنکه تولیدکنندگان ما برای این موضوع مهم و استراتژیک کم‌ترین اهمیت را قائل می‌شوند.



شکل ۲: مدل طراحی و تولید در روش صنعتی



است حال آنکه تولیدکنندگان ما برای این موضوع مهم و استراتژیک کم‌ترین اهمیت را قائل می‌شوند.

مدل پیشنهادی:

تکنولوژی طراحی و تولید کامپیوتری cad/cam از فناوری‌های پیشرفته مهندسی ساخت و تولید است که طی سه دهه اخیر تولید را

با تأملی در بخش تولید هر دو روش جدا از برخی تفاوت‌های اساسی در روش تولید کاملاً مشهود است که هیچ استفاده‌ای از کامپیوتر در فرآیند تولید نمی‌شود.

با بررسی در بخش طراحی آن‌ها نیز در می‌یابیم هر دو در روش طراحی به یک سبک عمل می‌کنند.



لذا مدل استفاده از تکنولوژی کد کم در این عنوان کالای ارزشمند تولید شود و مدیریت چرخه روش با حذف دو قسمت زیرسازی و تزئینات که تولید از ایده تا بازار (ایده و طراحی دستی، طراحی در تمام روش‌های تولید موجود و ثابت هستند هنری، طراحی مهندسی، برش، دوخت، هنرهای دستی و نهایتاً بازار و فروش) را تسهیل کند. به شکل ذیل است:



شکل ۳: روش طراحی و تولید کامپیوتری cad/cam

نویسنده:

دکتر محسن لطفی - عضو هیئت علمی
دانشگاه فنی و حرفه ای

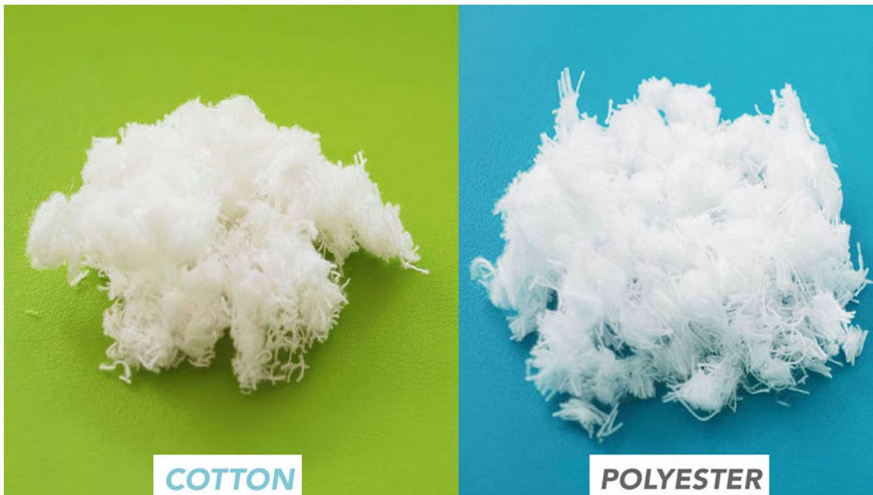
اگر به روش سوم که از فناوری کامپیوتری در طراحی و تولید استفاده شده است دقت کنیم مشاهده خواهیم کرد که استفاده از کامپیوتر در اکثر فرآیندهای طراحی و تولید نقش اساسی دارد و با تحلیل این روش به مفهوم "صنایع خلاق" و استفاده از فناوری در کنار کار دستی به طور عمیقی پی خواهیم برد. با استفاده از تکنولوژی "طراحی و تولید به کمک کامپیوتر" و حذف برخی از روش‌های سنتی و فیزیکی ما را قادر می‌سازد اطلاعات به



تفاوت پنبه و پلی استر

چه فرقی باهم دارند و کدام یک بهتر است؟

Polyester Vs Cotton



پلی استر و پنبه از گذشته های دور دو نوع پارچه محبوب و پرکاربرد برای ساخت پوشاک و دکوراسیون منزل بوده اند. به دلیل اینکه این دو نوع پارچه در موارد کاربردی مشابهی مورد استفاده قرار می گیرند؛ لذا گاهی تصور بر این است که آنها یکی هستند. اما آیا واقعاً اینگونه است؟ چه تفاوت هایی می توان برای پلی استر و پنبه بیان نمود؟ و کدام یک بهتر است؟ تفاوت اصلی بین پلی استر و پنبه از نحوه ساخت آنها نشات می گیرد. پلی استر یک ماده مصنوعی ساخته دست بشر است که از محصولات مبتنی بر نفتی ساخته می شود. ولی پنبه یک الیاف طبیعی و پایدار است که از بذره های پنبه برداشت می گردد. پلی استر بهترین پارچه برای ساخت لباس های مقاوم در برابر آب و بادوام است؛ در حالی که پنبه برای لباس های خنک تابستانی و قابل تنفس مناسب می باشد. با این تفاسیر چگونه می دانید که از کدام یک از این پارچه ها باید برای دوخت لباس های خود استفاده کنید؟ ما در این مقاله قصد داریم نقاط قوت و ضعف هر دو نوع پارچه را مورد بررسی قرار دهیم. لذا با خواندن این مطلب قادر خواهید بود تا انتخاب آگاهانه ای داشته باشید.

مقایسه پلی استر و پنبه:

پنبه و پلی استر هر دو پارچه های محبوبی هستند، و جزء اصلی لباس ها و منسوجات خانگی محسوب می شوند. محبوبیت آنها به ویژگی های کاربردی و مزایای منحصر به فرد آنها بستگی دارد. با وجود اینکه هر دو از لحاظ کاربرد ظاهراً قابل جایگزین هستند؛ اما تفاوت

های بارز و مشخصی بین آن ها وجود دارد.

- پنبه نوعی الیاف مصنوعی است؛ در حالیکه پلی استر از مواد نفتی ساخته می شود.
- ماهیت مصنوعی پلی استر، شخصیت سردی به آن می بخشد.
- پنبه به نرمی و راحتی مشهور است. فکر کردن به هر دوی آن ها فرد را گیج می کند؛ زیرا ظاهراً شبیه هم هستند، اما در باطن تفاوت های زیادی با هم دارند. پس چرا از آنها برای ساخت اقلام مشابه استفاده می شود و چه چیزی باعث می گردد تا یکی بهتر از دیگری باشد؟

پنبه یک نوع الیاف طبیعی است که ضد حساسیت، قابل تنفس و نرم می باشد. هزاران سال است که در سراسر جهان از پنبه برای ساخت منسوجات استفاده می شود.

محبوبیت پنبه از همه کاره بودن آن نشات می گیرد. از آن می توان برای ساخت فرش، لباس، ملحفه و سایر منسوجات خانگی استفاده کرد. پنبه وفق پذیر و شکل پذیر است، و کار کردن با آن آسان می باشد، و همواره مورد علاقه تولید کنندگان صنعتی لباس و خیاط های خانگی است. الیاف پنبه غالباً دارای سه طول مختلف هستند و همین ویژگی باعث شده تا برای ساخت انواع محصولات قابل استفاده باشند. الیاف استیپل بلند برای ساخت پارچه های با کیفیت مورد استفاده قرار می گیرند، الیاف استیپل با طول متوسط برای ساخت لباس های روزمره مناسب هستند، و در نهایت الیاف استیپل کوتاه برای تولید فرش و اقلام بی کیفیت به کار می روند.

مزایا

- قابل تنفس

• جاذب رطوبت

- دارای ویژگی های حساسیت زایی پایین
- مستحکم و بادوام
- همه کاره
- نرم و مهربان با پوست

معایب

- سریعاً خشک نمی شود
- مستعد چروک شدن است
- کوچک گردیده و آب می رود
- در طول زمان فرسوده می شود

پلی استر یک ماده مصنوعی مبتنی بر نفت است. سبک تر و بادوام تر از پنبه است؛ اما کاربردهای مشابهی با آن دارد. پلی استر در قرن بیستم توسعه یافته، و ابتدأ در دهه ۱۹۷۰ به عنوان پارچه لباس و جایگزینی ارزان تر برای پنبه معرفی شد. ماهیت مصنوعی آن باعث شده تا دوام بالا و ماندگاری زیادی داشته باشد. پلی استر به دلیل اینکه جاذب رطوبت است و سریعاً خشک می شود؛ یک پارچه محبوب و مناسب برای لباس های بیرون پوش و ورزشی است.



پلی استر چیست؟

- پلی استر یک ماده مصنوعی مبتنی بر نفت است. سبک تر و بادوام تر از پنبه است؛ اما کاربردهای مشابهی با آن دارد. پلی استر در قرن بیستم توسعه یافته، و ابتدأ در دهه ۱۹۷۰ به عنوان پارچه لباس و جایگزینی ارزان تر برای پنبه معرفی شد. ماهیت مصنوعی آن باعث شده تا دوام بالا و ماندگاری زیادی داشته باشد. پلی استر به دلیل اینکه جاذب رطوبت است و سریعاً خشک می شود؛ یک پارچه محبوب و مناسب برای لباس های بیرون پوش و ورزشی است.
- مزایا**
- بادوام
 - سبک
 - نگهداری آسان مقاوم در برابر چروک شدن
 - سریعاً خشک شدن
 - دارای خاصیت موئینگی جذب رطوبت
- معایب**
- در هنگام پوشیدن مثل پلاستیک احساس می شود
 - می تواند حسی سرد را به فرد القا کند
 - قابل تنفس نیست
 - تحت حرارت بالا ذوب می شود



• پایدار نیست

چه تفاوت هایی بین پنبه و پلی استر وجود دارد؟
قابلیت تنفس:

پنبه یک پارچه بسیار تنفس پذیر است. اصطلاح تنفس پذیری به ظرفیت پارچه در زمینه خروج رطوبت از بدن و گردش هوا در میان الیاف پارچه اشاره دارد. در واقع تنفس پذیری یکی از مهمترین ویژگی های پارچه های پنبه ای است که باعث شده تا این پارچه قرن ها یکی از ارکان اصلی لباس های بشر باشد. پارچه پنبه ای به دلیل قابلیت تنفس پذیری، یک انتخاب مناسب برای لباس هایی است که تماس نزدیکی با پوست بدن دارند؛ از جمله لباس های زیر. پنبه یک نقطه ضعف دارد؛ زیرا با وجود اینکه پارچه ای قابل تنفس است، اما فاقد خاصیت جذب موئینگی رطوبت است. پنبه وقتی آب را جذب می کند؛ همچنان مرطوب باقی می ماند. از این رو یک پارچه پنبه ای، بسته به ضخامت خود ممکن است به مدت زمان زیادی برای خشک شدن نیاز داشته باشد. از این رو پنبه برای شرایط آب و هوایی سرد مناسب نیست. چنانچه فرد در آب و هوای سرد لباسی به تن داشته باشد که به آرامی خشک می شود؛ احتمال دارد به سرمازدگی دچار شود. در مقابل پارچه پلی استر مبتنی بر مواد نفتی است و قابل تنفس نیست. به همین دلیل پوشیدن لباس های پلی استری در آب و هوای گرم و دمای تابستان ناراحت کننده است؛ چرا که رطوبت یا عرق بدن همچنان روی پوست باقی می ماند و جذب لباس نمی شود. به همین دلیل ممکن است پارچه لباس خیس شده و به بدن شخص بچسبد، و همین موجبات ناراحتی فرد را فراهم می کند. پلی استر یک ماده مصنوعی بوده و سریعاً خشک می شود؛ زیرا مایعات را به خود جذب نمی کند. به همین دلیل مایعات روی سطح پارچه باقی می ماند و به واسطه تخییر پراکنده می شوند. ضد آب بودن یک مزیت مهم برای لباس های بیرون پوش و بارانی است.

دوام

هم پلی استر و هم پنبه پارچه های بادوامی هستند؛ اما هر کدام به شیوه خاص خود. استحکام پارچه های پنبه ای در شیوه بافت آنها نهفته است. برخی از پارچه های پنبه ای مثل جناغی، دوام بیشتری نسبت به بقیه دارند. در واقع دوام پارچه های پنبه ای به تراکم بافت در هر



اینچ پارچه بستگی دارد. هر چه بافت پارچه پنبه ای سنگین تر باشد؛ پارچه محکم تر است. جالب است بدانید پنبه زمانیکه خیس است محکم تر می شود؛ همین ویژگی باعث شده تا در برابر شستشوی متعدد در آب داغ مقاومت کند.

در ضمن پارچه پنبه ای ممکن است نرم باشد و به راحتی آسیب ببیند. این ویژگی هم باز به نحوه بافت پارچه ارتباط دارد. به عنوان مثال یک پارچه پنبه ای نازک و ظریف، هرگز به اندازه یک پارچه جین، سخت و محکم نیست. همچنین الیاف پنبه زیست تخریب پذیر هستند؛ از این رو به راحتی تجزیه می شوند. حتی پارچه های پنبه ای سنگین تر نیز به مرور زمان کهنه و فرسوده می شوند. نور خورشید و زمان، هر دو دشمن پنبه هستند. وجود هر یک از این عوامل باعث تحلیل رفتن پارچه پنبه ای می شوند. پلی استر فوق العاده بادوام است. به دلیل پلاستیکی بودن؛ در برابر آب، لکه ها و چین و چروک مقاومت می کنند. آنها به راحتی تجزیه نمی شوند و به همین دلیل محکم هستند، و قادرند در برابر پوشیدن زیاد و پارگی مقاومت کنند. اما مسئله این است که دفع پلی استر مشکل ساز است؛ پلی استر قابل تبدیل به کمپوست نیست و مانند سایر اقلام پلاستیکی، سال ها در سایت های دفن زباله باقی می ماند.

گرما

پارچه های پنبه ای در وزن های مختلفی تولید می شوند؛ از این رو تنوع مناسبی متناسب با تغییر دمای فصول دارند. در ضمن لباس های پنبه ای برای پوشیدن زیر لباس های دیگر بسیار مناسبند. حتی سبک ترین تاپ های تابستانی را نیز می توان در زمستان زیر لباس های بیرون پوش سنگین، پوشید. این قابلیت سبب شده تا لباس های پنبه ای گزینه ای ایده آل برای شرایط آب و هوایی سرد باشند. از آنجاییکه پارچه پنبه ای قابل تنفس است؛ لذا اجازه می دهد تا هوا بین لایه های مختلف لباس جریان پیدا کند. از این رو کمتر احتمال دارد تا هوا بین لایه های لباس محبوس شود. اگر عادت دارید لباس های زیر، تی شرت، پیراهن و یا ژاکت های پنبه ای بپوشید؛ حتماً گرما و راحتی آنها را با تمام وجود احساس کرده اید. برخی از انواع پارچه های پنبه ای سنگین تر بوده و برای زمستان مناسب هستند، و این بدان معنی است که بافت

لباس بیرون پوش در آب و هوای سرد است. پوشیدن پوسته ای از پلی استر روی لباس زمستانی یا ژاکت پشمی، به جذب گرمای بدن کمک کرده و بدن را گرم نگه می دارد.

نرمی

پنبه از الیاف کرکی گیاه پنبه ساخته می شود؛ از این رو به صورت طبیعی نرم است. این نرمی باعث می شود تا لباس های پنبه ای، مخصوصاً لباس های ۱۰۰٪ پنبه ای در هنگام لمس و پوشیدن بسیار نرم باشند. اما باید توجه داشته باشید که تمام پارچه های پنبه ای، نرم و کرکی نیستند. اصطلاح پنبه ای، طیف گسترده ای از انواع مختلف پارچه ها را در برمی گیرد. بافت پارچه بر سطح نرمی آن تاثیر می گذارد؛ پس کافی است به پارچه های پنبه ای سبک و پارچه های جناغی سنگین فکر کنید تا به صحت این ادعا پی ببرید. پارچه دنیم یا پارچه کرباس پنبه ای را در نظر بگیرید؛ با وجود اینکه هر دو پارچه بر پایه پنبه هستند، اما هر دو خیلی زمخت و زیر می باشند. آنها برای دوام آوردن در برابر کاربردهای سنگین یا کارهای صنعتی طراحی شده اند. بافت آنها نیز گویای مطلب فوق است. اما از طرف دیگر پارچه فلافل (Flannel) فوق العاده نرم و گرم است. این پارچه به گونه ای بافته می شود تا نرمی ذاتی الیاف پنبه حفظ شود. بافت آن برای به دام انداختن گرما طراحی گردیده است. پلی استر یک پارچه مصنوعی است که از الیاف ساخته دست بشر به دست می آید. از آنجاییکه پارچه های پلی استری مبتنی بر مواد نفتی هستند؛ لذا ممکن است کمی شبیه به پلاستیک به نظر بیایند، و فاقد نرمی الیاف پنبه نیز هستند. با این حال پارچه های پلی استری در طول سال

سنگین تری دارند. کافی است به پارچه های فلافل یا جناغی فکر کنید که هر دو به دلیل ارائه گرمای بالا معروف هستند. اما متأسفانه در مورد پارچه های پنبه ای، چیزی تحت عنوان گرمای بیش از حد وجود دارد. پنبه عرق بدن را جذب کرده و آن را از بدن دور می کند. اما پارچه همچنان خیس باقی می ماند. در این حالت لباس های خیس باعث می شوند تا شما بیشتر احساس سرما کنید. در مقابل پلی استر یک پارچه قابل تنفس نیست؛ بنابراین هوا نمی تواند از آن عبور نماید و به همین دلیل به عنوان یک عایق عمل می کند. پارچه پلی استر با پوست زیاد مهربان نیست و ممکن است باعث تعریق شما شود. ماندن رطوبت پوست و عدم جذب آن در آب و هوای سرد، شرایط را بدتر می کند؛ زیرا چنانچه دمای هوا کاهش یابد، ممکن است شما یخ بزنید. پارچه های پلی استری می توانند شما را تا حدی گرم نگهدارند. فلیس نوعی پلی استر است که برای ساخت کاپشن ها و هودی ها مورد استفاده قرار می گیرد. توجه داشته باشید که پارچه فلیس هر چند گرما را در کنار بدن شما نگه می دارد؛ اما به تنهایی عایق خوبی نیست. در ضمن محدود پارچه های پلی استری وجود دارند که ضد آب محسوب نمی شوند. وقتی هوای سرد یا برف و باران به الیاف پشمی برخورد می کند؛ دمای پارچه کاهش می یابد و همین باعث می شود تا احساس سردی و رطوبت کنید. از این رو یک لباس فلیس برای اینکه به یک پارچه کارآمد در آب و هوای سرد تبدیل شود؛ به لایه هایی از لباس های دیگر پنبه ای و پشمی نیاز دارد. بهترین کاربرد پارچه پلی استر، استفاده از آن به عنوان یک

Cotton VS Polyester

ها تغییرات زیادی را به خود دیده اند. فناوری های مدرن تغییرات شگرفی را در عرصه تولید پلی استر به وجود آورده اند و همین باعث شده تا پوشیدن لباس های پلی استری لذت بخش تر شود. همانگونه که پارچه های پنبه ای دارای بافت های مختلفی هستند؛ پلی استر را نیز می توان به روش های مختلفی پردازش کرد. یکی از این راه ها، ساخت پارچه پلی استر دو بار شانه زده (Double-Brushed Polyester Fabric) است؛ این پارچه در هنگام پوشیدن فوق العاده نرم است و مانند همتایان طبیعی خود، احساس راحتی به فرد می بخشد.

از آنجایی که پلی استر نوعی الیاف مصنوعی است، لذا می توان آن را دستکاری کرد و براساس الزامات پارچه های مختلف قالب زد. برخی از الیاف پلی استر همچنان سردی پلاستیک را حفظ می کنند؛ در حالیکه برخی دیگر به تقلید از پارچه های پنبه ای، کاملاً نرم هستند. بنابراین می توان گفت گاهی اوقات تشخیص اینکه پارچه ای پنبه ای یا پلی استری است، دشوار می باشد.

ضخامت

ضخامت پارچه های پلی استری و پنبه ای به بافت پارچه و کاربردی که برای آن طراحی شده اند، بستگی دارد. هر چند هر دو پارچه ممکن است ویژگی های متفاوتی داشته باشند؛ اما از هر دو برای ساخت انواع محصولات از اقلام سبک گرفته تا سنگین استفاده می شود. ضخامت پارچه یا نخ براساس واحد دنیر اندازه گیری می شود. دنیر به تعداد نخ ها در هر اینچ پارچه اشاره دارد. پارچه هایی با دنیر پایین، بافتی نازک همانند پارچه های پنبه ای ظریف دارند. دنیر بالاتر نشان دهنده پارچه ای با بافت سنگین تر، مثل مخمل کبریتی است. با وجود اینکه ممکن است پارچه های پنبه ای و پلی استری، نمره نخ مشابهی داشته باشند؛ اما وزن آنها هرگز یکسان نیست. پارچه پلی استر ضخیم تر از پارچه پنبه ای سنگین، سبک تر به نظر می آید. اگر نمره نخ پارچه پلی استر افزایش یابد؛ در این صورت بافت پارچه ضخیم تر شده و پارچه با دوام تر می شود. شاید وزن پارچه اندکی تغییر کند؛ ولی پلی استر سنگین همیشه از دنیم ضخیم، سبک تر است. این تفاوت به حجم این الیاف برمی گردد. افزایش تعداد الیاف نخ در هر اینچ پارچه پنبه ای باعث می شود تا بافت پارچه متراکم تر گردد. نخ های اضافی بسته به نمره نخ به کار رفته در پارچه،

باعث ازدیاد وزن پارچه می شوند. از این رو

پارچه های سنگین و پرتراکم پنبه ای، سنگین تر از پارچه های پلی استری با همان ضخامت هستند.

خاصیت موئینگی جذب رطوبت

برخی از پارچه های حاوی الیاف طبیعی دارای بهترین خاصیت موئینگی جذب رطوبت هستند. اما پنبه و پلی استر از این قاعده مستثنی می باشند. از بین این دو نوع پارچه، پلی استر در خاصیت جذب موئینگی بهتر از پنبه عمل می کند. این قضیه بسیار عجیب است؛ زیرا پلی استر یک پارچه مصنوعی به شمار می آید. از این رو توانایی پلی استر در تبخیر عرق، آن را به یک ماده ایده آل برای ساخت لباس های ورزشی تبدیل کرده است. یکی از معایب پارچه های پلی استر این است که بورا فیلتر نمی کنند. هر چند لباس حاصل می تواند به سرعت خشک شود؛ اما اگر به صورت منظم تحت شستشو قرار نگیرد، همچنان بوی بد عرق بدن را به خود می گیرد. به همین دلیل پارچه ای است که به شستشوی منظم نیاز دارد. پنبه رطوبت را فیلتر نمی کند؛ اما آن را جذب می نماید. شاید این ویژگی از برخی از جهات بهتر از جذب موئینگی رطوبت باشد. جذب مایعات و عرق باعث می شود تا آنها سریعاً از بدن فرد دور شوند؛ در نتیجه بدن شخص خنک می شود. اما لباس پنبه ای که رطوبت بدن را به خود کشیده، همچنان مرطوب و خیس باقی می ماند. هر چند ممکن است این امر ناراحت کننده به نظر بیاید؛ اما پیراهن آغشته به عرق به شما کمک می کند تا در آب و هوای گرم

خنک شوید.

رنگ

هم پارچه های پلی استری و هم پارچه های پنبه ای را می توان رنگ کرد و هر دو به خوبی رنگ را حفظ می کنند. پارچه های پنبه ای به دلیل اینکه از الیاف طبیعی ساخته می شوند؛ رنگ های پر رنگ تر و سیرتری دارند. با این حال پارچه های پنبه ای در مقابل نور خورشید آسیب پذیر هستند و به سرعت کم رنگ می شوند. در ضمن این پارچه ها تمایل به آبرفتگی دارند و از آنجاییکه رنگرزی لباس ها مستلزم چندین بار شستشو و خشک کردن است؛ لذا ممکن است لباس ها بعد از رنگ شدن، کوچک گردند. هر چند پلی استر واکنش کمتری به رنگینه ها نشان می دهد؛ اما رنگ ها را به مدت طولانی تری حفظ می کند. به همین دلیل پیراهن پلی استر صورتی شما در برابر آبرفتگی و کم رنگ شدگی مقاوم است و در تمام عمر به رنگ خود وفادار می ماند. رنگ کردن پارچه های پلی استر به سادگی پارچه های پنبه ای نیست و بسیار چالش برانگیز است. باید از رنگینه های مصنوعی خاصی برای رنگ کردن آنها استفاده شود که هیچگونه تاثیری بر روی پنبه ندارند. به همین دلیل پارچه های ترکیبی پلی استر و پنبه ممکن است بعد از رنگرزی، جلوه لکه دار و مبهم پیدا کنند. پس اگر بخواهید لباس پنبه ای که با نخ های پلی استری دوخته شده را رنگ کنید؛ رنگینه پنبه ای، رنگ نخ را تغییر نمی دهد.

آبرفتگی یا کوچک شدن

پلی استر به دلیل مصنوعی بودن در برابر آبرفتگی مقاوم است. این قضیه باعث می شود



تا پارچه ای مناسب برای تهیه اقلامی باشد که به صورت مرتب نیاز به شستشو دارند. البته باید توجه داشته باشید که نباید پارچه پلی استر را با آب خیلی گرم شست. حرارت و پلی استر زیاد با هم سازگار نیستند. از آنجاییکه این ماده در اصل پلاستیکی است؛ لذا ممکن است در حرارت بالا ذوب شود.

اما پنبه به دلیل تمایل آن به آبرفتگی، مشهور است. پارچه های پنبه ای همیشه در اولین باری که شسته شده و خشک می شوند؛ بیشترین آبرفتگی را تجربه می کنند. این اصل به ویژه در مورد لباس های جین صادق است؛ به همین دلیل است که مردم در سال های نه چندان دور، شلوار جین را یک سایز از خودشان بزرگتر می گرفتند تا بعد از آب رفتن اندازه شان شود. اما امروزه آبرفتگی پارچه های پنبه ای چندان مشکل ساز نیست. به لطف فرآیندهای تولیدی مدرن و افزودن الیاف کشسان یا پلی استر به آنها، کابوس آب رفتن پارچه های پنبه ای تا اندازه ای به دست فراموشی سپرده شده است.

قیمت

پارچه های پنبه ای در انواع قیمت ها و اوزان یافت می شوند. نوع پنبه مورد استفاده در ساختار پارچه و نوع بافت آن، بر قیمت نهایی محصول تاثیر می گذارد. هر چه الیاف به کار رفته حاوی کیفیت، بافت و دوام بهتری باشند؛ پارچه گرانتر است. الیاف پنبه استیپل بلند، گرانترین نوع الیاف پنبه ای هستند. این الیاف برای ساخت پارچه های با کیفیت، ظریف و بادوام مورد استفاده قرار می گیرند که برای ملحفه ها و لباس های گران قیمت ایده آل هستند. پنبه های پیما و مصری جزء الیاف استیپل بلند به شمار می آیند و هر دو برای تولید اقلام لوکس به کار می روند. پنبه الیاف کوتاه برای تولید فرش و اقلام درجه پایین مورد استفاده قرار می گیرد. کیفیت این پنبه چندان خوب نیست؛ به همین دلیل پارچه های ساخته شده با آن نسبتاً ارزان هستند. پلی استر نسبت به الیاف پنبه ارزانتر است؛ اما قیمت فعلی آن براساس محبوبیت فعلی این پارچه و قیمت پنبه تعیین می شود. هر چند قیمت پلی استر دارای سطوح مختلفی است؛ اما در کل در مقایسه با الیاف طبیعی همتای خود، قیمت پایین تری دارد. ویژگی هایی همچون مراقبت آسان و خواص ضد چروک پارچه های پلی استر، آن ها را به مواد محبوبی تبدیل کرده

است. پلی استر در مقایسه با قیمت پارچه های پنبه ای با کیفیت، یک گزینه مقرون به صرفه به حساب می آید.

مراقبت و نگهداری

مراقبت و نگهداری از پلی استر از برخی جهات راحت تر از پنبه است. پلی استر در برابر چروک شدن مقاوم است و به سرعت خشک می شود. در ضمن دافع آب است و به راحتی لکه نمی گیرد. یکی دیگر از مزایای آن این است که به صورت منظم نیاز به اتوکشی ندارد و خیلی سریع در معرض هوا خشک می گردد. کاهش زمان استفاده از دستگاه خشک کن و کاهش نیاز به اتو، باعث صرفه جویی در هزینه قبض برق می شود. یکی از معایب پارچه های پلی استر این است که به دلیل اینکه از الیاف مصنوعی ساخته می شوند؛ سریعاً بو را به خود می گیرند. کثیفی ها و لکه های لباس بلافاصله بعد از شستشوی آن از بین می روند؛ اما از بین بردن بوهای جذب شده به اینگونه لباس ها کمی سخت است. به خصوص اگر لباس کثیف چند روز به همان صورت به حال خود رها شده باشد. مسئله مهم در مراقبت و نگهداری از لباس های پلی استری، شستشوی مکرر و در اسرع وقت برای جلوگیری از بو گرفتن آنهاست. هنگام شستشوی پارچه های پلی استری باید به این چند نکته توجه کنید: پارچه های پلی استری نباید در دمای بالا جوشانده شده یا شسته شوند. این پارچه ها نمی توانند دور بالای ماشین لباسشویی را تحمل کنند. ضمناً اگر این پارچه ها به صورت دم دستی تمیز و لکه گیری شوند؛ ممکن است چروک شده و پرز پس بدهند.

پلی کتان، پلی پنبه یا پلی استرپنبه (Polycotton) چیست؟

ترکیبی از پلی استر و پنبه است. درصد هر دو نوع الیاف در این پارچه ممکن است متفاوت باشد. گاهی اوقات درصد پنبه بالاتر است. اما اکثر اوقات محتوای پلی استر این پارچه بیشتر می باشد. اکثر پارچه های پلی کتان امروزی از ۶۵٪ پلی استر و ۳۵٪ پنبه ساخته می شوند. یکی از ویژگی های اصلی پارچه پلی کتان، پلی پنبه یا پلی استر پنبه این است که از مزایای هر دو نوع پارچه بهره می برد. وقتی این دو نوع الیاف با هم ترکیب می شوند، مزایای یکی معایب دیگری را می پوشاند؛ از این رو همدیگر را تکمیل می کنند. این دو نوع پارچه برای اولین بار در دهه ۱۹۶۰ و در قالب تلاش

مشترک یک تولید کننده نساجی آمریکایی به نام بیل کلومپن (Bill Klopman) و شرکتی به نام DuPont با هم ترکیب شدند. آنها به این نتیجه رسیدند که ترکیب ۶۵/۳۵، فرمولی ایده آل برای ساخت یک پارچه موفق است. این پارچه در اصل برای ساخت لباس های کار ابداع شد که قادر بودند در برابر شستشوی صنعتی مقاومت کنند. اما از دهه ۱۹۷۰ توانست به جزئی اصلی از پوشاک روزمره تبدیل شود. مقاومت پلی استر در برابر چروک شدن و خاصیت جذب موئینگی رطوبت توسط آن که با خنکی و نرمی پنبه تلفیق شده است؛ پارچه پلی کتان را به یکی از محبوب ترین پارچه های پوشاکی امروزی تبدیل کرده است.

کدام بهتر است: پنبه یا پلی استر؟

وقتی صحبت از پنبه و پلی استر به میان می آید؛ تشخیص اینکه کدام پارچه بهتر است، واقعاً سوال سختی است. هر کدام از آن ها معایب و مزایای خاص خود را دارند؛ به همین دلیل هر دو گزینه های محبوبی در میان پارچه ها هستند. پلی استر به دلیل با دوام بودن و مقاومت در برابر چروک شدن، ارزان تر و آبگریز است و برای لباس هایی که به صورت مستمر پوشیده می شوند مناسب می باشد. در حالی که پنبه نرم، خنک و راحت است؛ از این رو از جهاتی از پلی استر برتر است و برای ساخت لباس هایی مناسب است که مستقیماً با پوست تماس دارند. اینکه کدام یک از آن ها بهتر هستند، به عواملی مانند ترجیحات شخصی شما، پروژه ای که روی آن کار می کنید و ویژگی های پارچه مورد نیاز بستگی دارد.

کلام پایانی:

پارچه های پنبه ای و پلی استری تفاوت زیادی با هم ندارند. لذا انتخاب بین این دو کار سختی است. هر کدام نقاط قوت و ضعف خاص خود را دارند. حقیقت این است که هیچ کدام بهترین انتخاب به حساب نمی آیند؛ در واقع ترکیبی از این دو بهترین انتخاب به شمار می آید. امیدواریم این مقاله به شما کمک کند تا بهترین پارچه را برای پروژه بعدی خود انتخاب نمایید.

منبع:

به منظور غنی‌سازی محتوا در رسانه های زیست‌بوم خلاق و استفاده از دانش و ظرفیت اساتید، محققین، دانشجویان، مدیران و کارشناسان شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی دعوت می‌گردد تا در صورت تمایل مقالات، گزارش‌ها و اطلاعات مناسب برای عرضه در رسانه‌های مرتبط را در موضوعات زیر ارسال نمایند.

همچنین شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان حوزه صنایع فرهنگی و خانه های خلاق و نوآوری و نیز تیم های فعال در این حوزه‌ها می‌توانند گزارش عملکرد و اقدامات خود را برای انتشار ارائه نمایند.

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

موضوعات مدنظر:

- اقتصاد خلاق در ایران، منطقه و جهان
- سرمایه‌گذاری در صنایع خلاق
- نقش صنایع خلاق در اشتغال‌زایی
- 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، اسباب‌بازی و سرگرمی
- رسانه‌های صوتی و تصویری
- صنایع‌دستی، گردشگری و میراث فرهنگی
- نوآوری اجتماعی
- طراحی، معماری و ساختمان
- کتاب، تولید محتوا، چاپ و نشر
- گیاهان دارویی و طب سنتی
- مالی، سرمایه‌گذاری، بیمه
- مد و پوشش
- هنرهای تجسمی و نمایشی
- غذا و نوشیدنی
- سلامت



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



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



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



ircreative@isti.ir



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