

خلاق زیست‌مهم

۴۹

ماهنامه دی ۱۴۰۳

معرفی شرکت های خلاق:

خانه خلاق و نوآوری تکنوسیتی

شرکت آریان زرنگار پارتاک با "تولید صنایع دستی ساسانی"

شرکت توسعه فردی و توانمندسازی اجتماعی ستاره طلایی با "پلتفرم

مدرسه زندگی"

سرباز خلاق

گفتگو با حمیدرضا فرسم گر، امریه در شرکت خلاق

مقاله

سند ملی توسعه فناوری های فرهنگی و نرم؛ یک نگاه نقادانه

بِه نام خدا

نمود
خلق عالم
خداوند
فنازم به

در بسیاری از کشورهای پیشرفته، حکمرانی صنایع خلاق به یک اولویت ملی تبدیل شده است. این کشورها با ایجاد نهادهای تخصصی، تدوین سیاستهای حمایتی و تقویت دیپلماسی فرهنگی، به توسعه این صنایع کمک کردهاند. برای مثال، در کشورهایی از قبیل هندوستان، عربستان، امارات، قطر، کره جنوبی، استرالیا و ... صنایع خلاق بهعنوان یکی از ارکان اصلی دیپلماسی در نظر گرفته میشوند و دولت‌ها از طریق حمایت از صادرات فرهنگی، برگزاری جشنواره‌های بین‌المللی و توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، این بخش را تقویت کرده‌اند.

خبر

۱۱

اسباب بازی های ایرانی در مسیر جهانی شدن

شتاب دهنده

»

معرفی آژانس خلاقیت گرافینو

۲۲

گیمینگ

»

بازی جدی و صنعت ناتمام آن در ایران

۳۸

۴۰

هوش خلاق، آینده های کاری و مدل های جدید کسب و کارها

فهرست

- یادداشت: تدوین گزارش ملی وضعیت‌سنجی و برآوردهای آینده صنایع خلاق.....۶
- آمار شرکت های خلاق ماه دی.....۸
- دبیرخانه واحدهای خلاق (اخبار و اطلاعیه ها).....۱۱
- معرفی خانه خلاق و نوآوری تکنوسیتی.....۱۸
- شتاب دهنده: معرفی استارت‌آپ خلاقیت گرافینو، شتاب دهی شده توسط خانه خلاق و نوآوری برسا.....۲۲
- مقاله اول: سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم؛ یک نگاه نقادانه.....۲۶
- تربیون اول : معرفی شرکت بین المللی آریان زرنگار پارتاک۳۰
- گیمینگ: بازی جدی و صنعت ناتمام آن در ایران.....۳۴
- کتابخوان.....۳۸
- مقاله دوم : هوش خلاق، آینده های کاری و مدل‌های جدید کسب‌وکارها.....۴۰
- تربیون دوم: معرفی شرکت توسعه فردی و توانمندسازی اجتماعی ستاره طلایی۴۴
- ویتترین.....۴۸
- سرباز خلاق: مصاحبه با آقای حمیدرضا فرسم گر.....۵۰

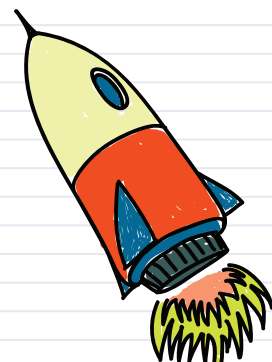


تهیه کننده:

دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم
واحد های خلاق

تهیه و تنظیم:

- سید مهدی سادات حیاتشاهی
- سید محمدرضا حسینی لواسانی
- مائده پاکیزه





تدوین گزارش ملی وضعیت سنجی و برآوردهای آینده صنایع خلاق: نقشه راهی برای آینده صنایع خلاق ایران

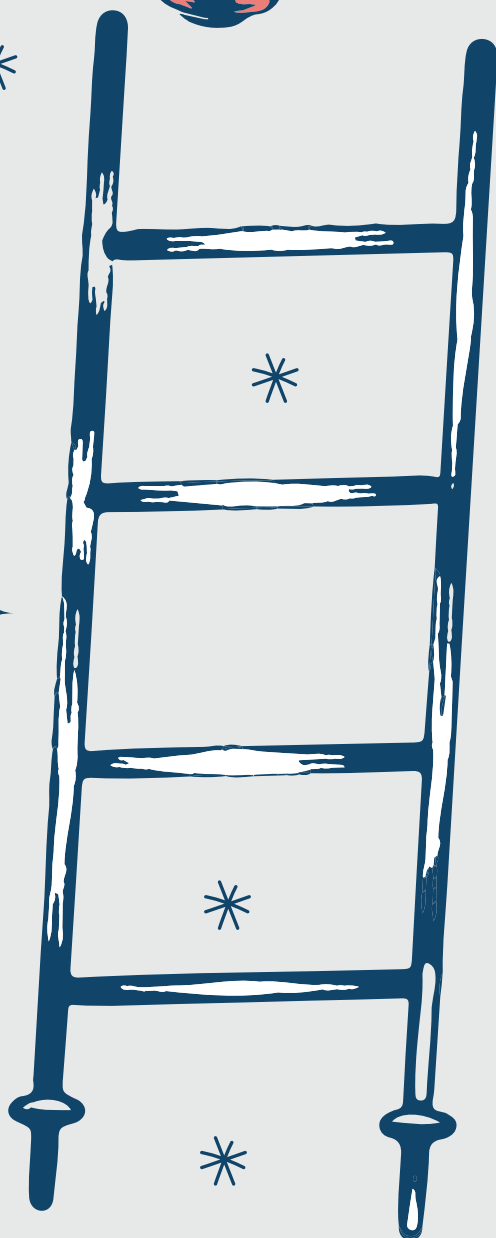
سید مهدی حیاتشاهی - علیرضا شکیبا

در سال‌های اخیر، صنایع خلاق به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نیروهای محرک رشد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در جهان شناخته شده‌اند. این صنایع که شامل بخش‌هایی نظیر فیلم، موسیقی، بازی‌های ویدئویی، طراحی، هنرهای تجسمی و رسانه‌های دیجیتال هستند، به دلیل نقش کلیدی خود در ایجاد اشتغال، تولید ارزش افزوده و تقویت هویت فرهنگی، مورد توجه ویژه دولت‌ها و بخش خصوصی قرار گرفته‌اند.

صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق مطالعه و پژوهشی را در زمینه وضعیت سنجی و برآوردهای آینده این حوزه در ایران انجام داد. این گزارش با تحلیل وضعیت فعلی صنایع خلاق، نه تنها نقاط ضعف و فرصت‌ها را شناسایی کرده، بلکه به ارائه تصویری از جایگاه حکمرانی این صنایع در کشور و جهان می‌پردازد. اهمیت این گزارش در این است که با رویکرد انتقادی، به نقش حاکمیت و بخش خصوصی در توسعه صنایع خلاق می‌پردازد و مسیریابی را برای بهبود و تقویت این حوزه‌ها پیشنهاد می‌دهد.

حکمرانی در این حوزه به معنای تعیین سیاست‌ها، ساختارها و فرآیندهایی است که به توسعه، حمایت و هدایت صنایع خلاق کمک می‌کنند. در این راستا، گزارش بر نقش کلیدی حاکمیت به‌عنوان متولی اصلی و بخش خصوصی به‌عنوان نیروی محرک تمرکز دارد.





یکی از اهداف اصلی این گزارش، تبیین جایگاه دولت و حاکمیت در تنظیم و اجرای سیاست‌هایی است که به رشد پایدار صنایع خلاق منجر می‌شوند. در عین حال، بر اهمیت مشارکت بخش خصوصی در فرآیندهای تصمیم‌گیری و اجرای پروژه‌های مرتبط تأکید شده است. این تعامل دوسویه می‌تواند به ایجاد زیست بومی کارآمد برای توسعه صنایع خلاق کمک کند. این گزارش که ماحصل فعالیت پژوهشی فشرده پژوهشگران حوزه‌های بین‌المللی، علوم اقتصادی و علوم اجتماعی است با رویکرد جامع به بررسی وضعیت صنایع خلاق در ایران و جهان پرداخته است.

بررسی وضعیت فعلی: نقاط ضعف و فرصت‌ها یکی از بخش‌های کلیدی این گزارش، تحلیل وضعیت فعلی صنایع خلاق در ایران است. در این بخش، نقاط ضعف اصلی این حوزه شناسایی شده‌اند:

۱. کمبود زیرساخت‌های حمایتی: صنایع خلاق در ایران با کمبود زیرساخت‌های مالی، تحریم‌های بین‌المللی، چالش‌های آموزشی و قانونی مواجه‌اند. نبود تسهیلات مالی کافی، دسترسی محدود به بازارهای بین‌المللی و ضعف در آموزش نیروی انسانی متخصص از جمله چالش‌های اساسی هستند که در مسیر بهبود شرایط این صنایع قرار گرفته‌اند.

۲. فقدان هماهنگی میان نهادهای مختلف: یکی از مشکلات در این حوزه، عدم هماهنگی و هم‌افزایی میان نهادهای دولتی، خصوصی و جامعه مدنی است. این عدم هماهنگی باعث شده تا بسیاری از ظرفیت‌های این صنایع به درستی مورد بهره‌برداری قرار نگیرند.

۳. عدم وجود سیاست‌های جامع و منسجم: در حالی که کشورهای پیشرو در حوزه صنایع خلاق از سیاست‌های مشخص و مدونی بهره می‌برند، ایران هنوز فاقد یک چارچوب سیاستی جامع در این زمینه است. منظور از نبود یک سیاست جامع، فقدان یک سند و یا نهاد ملی برای حوزه صنایع خلاق نیست. منظور تحقق تمامی اهداف مطروحه از مجاری مشخص ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم است.



با این حال، گزارش به فرصت‌های موجود در این حوزه نیز اشاره می‌کند. رشت‌افشا برای محصولات خلاقانه، وجود نیروی انسانی جوان و مستعد و گسترش فناوری‌های نوین، از جمله مزیت‌هایی هستند که می‌توانند به توسعه این صنایع کمک کنند.

توجه به تجربه جهانی: حکمرانی پویا در صنایع خلاق یکی از جنبه‌های برجسته این گزارش، تحلیل تطبیقی وضعیت صنایع خلاق در ایران و جهان است. در بسیاری از کشورهای پیشرفته، حکمرانی صنایع خلاق به یک اولویت ملی تبدیل شده است. این کشورها با ایجاد نهادهای تخصصی، تدوین سیاست‌های حمایتی و تقویت دیپلماسی فرهنگی، به توسعه این صنایع کمک کرده‌اند. برای مثال، در کشورهایی از قبیل هندوستان، عربستان، امارات، قطر، کره جنوبی، استرالیا و ... صنایع خلاق به‌عنوان یکی از ارکان اصلی دیپلماسی در نظر گرفته می‌شوند و دولت‌ها از طریق حمایت از صادرات فرهنگی، برگزاری جشنواره‌های بین‌المللی و توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، این بخش را تقویت کرده‌اند. گزارش ملی وضعیت‌سنجی صنایع خلاق به اهمیت این تجربیات جهانی اشاره دارد و پیشنهاد می‌دهد که ایران نیز با بهره‌گیری از این تجارب، رویکردهای جدیدی را برای حکمرانی این حوزه اتخاذ کند.



چشم‌انداز آینده: راهبردهای پیشنهادی در بخش پایانی، گزارش ملی وضعیت‌سنجی و برآوردهای آینده صنایع خلاق، به ارائه راهبردهایی برای توسعه این حوزه پرداخته است:

۱. تقویت زیرساخت‌ها: سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مالی، آموزشی و فناورانه برای حمایت از صنایع خلاق ضروری است. ایجاد مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌های تخصصی می‌تواند به تسریع رشد این صنایع کمک کند.

۲. تدوین سیاست‌های حمایتی: تدوین سیاست‌های جامع و منسجم که شامل حمایت‌های مالی، حقوقی و بازاریابی باشد، از اولویت‌های اصلی برای توسعه صنایع خلاق است.

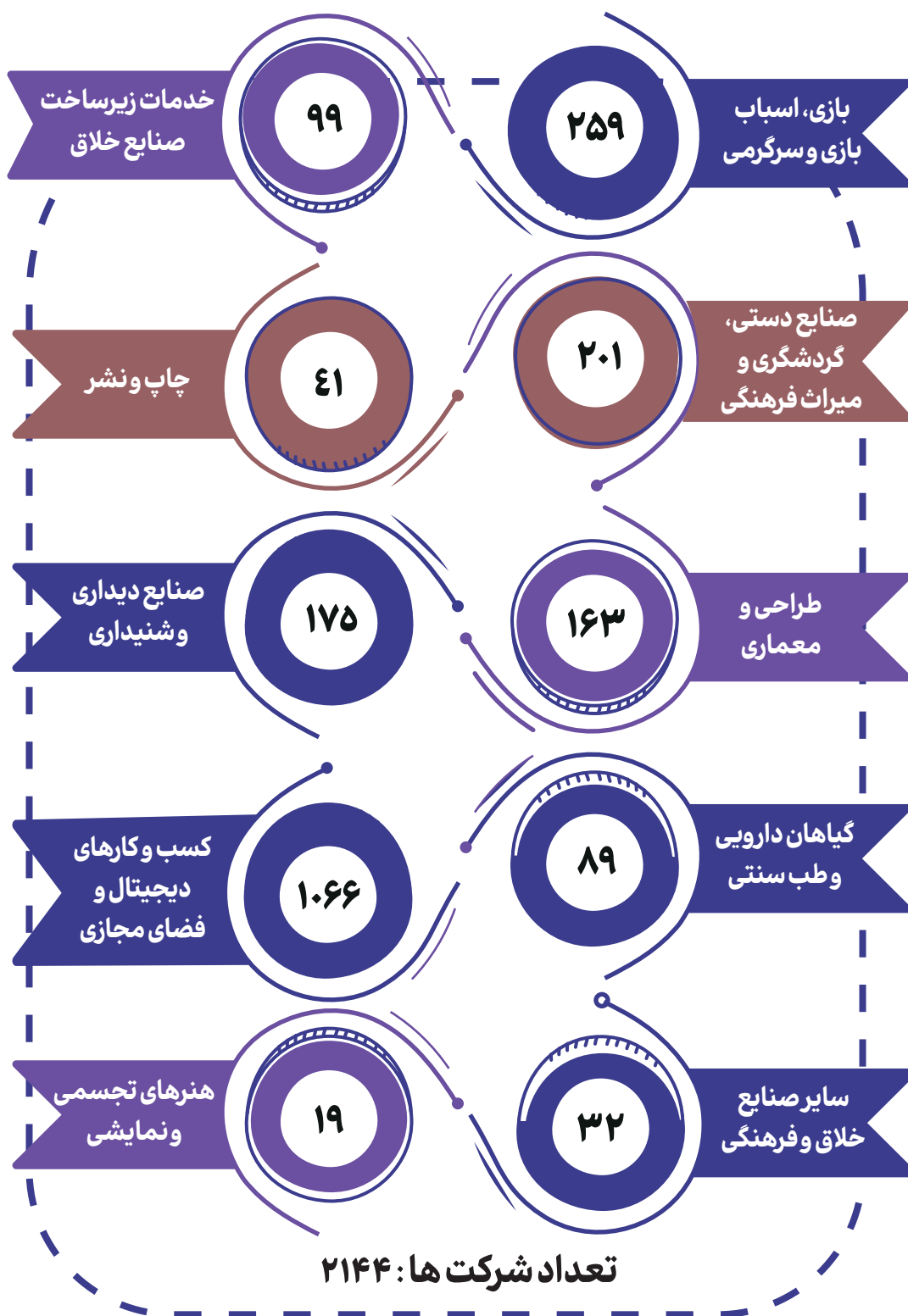
۳. ایجاد هم‌افزایی میان بخش‌های مختلف: همکاری نزدیک میان نهادهای دولتی، خصوصی می‌تواند به بهبود هماهنگی و افزایش کارایی در این حوزه منجر شود.

۴. ایجاد سامانه ملی آمار و اطلاعات صنایع خلاق: جمع‌آوری و احصای آخرین آمار و اطلاعات حوزه‌های مختلف صنایع خلاق از مهم‌ترین ابزارهای حکمرانی در این حوزه است که همچنان خلأ وجود یک سامانه ملی جمع‌آوری آمار در این میان احساس می‌شود. نبود یک چنین سامانه‌ای حکمرانی و پژوهش و نیازسنجی در حوزه صنایع خلاق را دچار یک ابهام آلودگی وسیع کرده است.

» امید است که سیاست‌گذاران و فعالان حوزه صنایع خلاق، با دیدی جامع‌تر و آینده‌نگرانانه، به توسعه این حوزه بپردازند و جایگاه ایران را در عرصه بین‌المللی ارتقا دهند.



آمار شرکت های خلاق تا تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۲۹



خانه های خلاق و نوآوری: ۱۱۴

مراجعه تشخیص صلاحیت: ۹۶

اسباب بازی های ایرانی در مسیر جهانی شدن؛ صنعت اسباب بازی ایران، با مشارکت شرکت های خلاق و دانش بنیان ها

در نشست مشترک رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی با نمایندگان شرکت های دانش بنیان و خلاق، بر ظرفیت بالای این صنعت در ایجاد اشتغال و ثروت آفرینی تاکید شد. از جمله موضوعات مهم مطرح شده در این نشست، حمایت از برندسازی، توسعه صادرات و ایجاد آزمایشگاه های تخصصی برای تقویت زیرساخت های این صنعت بود.

صنعت اسباب بازی ایران، با مشارکت دانش بنیان ها صاحب برند ملی می شود.



نشست مشترک رییس صندوق نوآوری و شکوفایی با فعالان حوزه تولید اسباب بازی از جمله شرکت های دانش بنیان و خلاق این حوزه، عصر امروز چهارشنبه ۱۲ دی در محل صندوق برگزار شد.

این نشست با حضور محمدصادق خیاطیان، رییس صندوق، سیاوش ملکی فر، معاون توسعه، مجتبی زارع مهرجردی، معاون سرمایه گذاری و هادی سیادت، مدیرکل حوزه ریاست صندوق نوآوری و شکوفایی و نیز محمدحسین سجادی نیری، رییس هیات مدیره انجمن سرمایه گذاری خطرپذیر، مسعود حسنلو، دبیر ستاد فناوری های فرهنگی و نرم معاونت علمی، مهدی سادات حیاتشاهی، مدیرعامل صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق، احسان منشی، رییس هیات مدیره انجمن تولیدکنندگان اسباب بازی ایران و مدیران شرکت های دانش بنیان و خلاق حوزه اسباب بازی برگزار شد.

خیاطیان طی سخنانی، با اشاره به رسالت اصلی این صندوق در تامین مالی شرکت های دانش بنیان گفت: درحال حاضر حدود ۱۰۰ شرکت خلاق در حوزه صنعت اسباب بازی مشغول فعالیت هستند. نیازهای مالی فعالان این حوزه را با همکاری سایر بازیگران این بخش، احصاء و مورد بررسی قرار خواهیم داد تا بتوانیم برنامه حمایتی را با همکاری صندوق های پژوهش و فناوری تدوین و اجرا کنیم. در بعد توانمندسازی شامل کمک به اخذ استانداردها و حضور در نمایشگاه ها [داخلی و خارجی] نیز از فعالان صنعت اسباب بازی حمایت خواهیم کرد.



رییس صندوق نوآوری و شکوفایی خاطرنشان کرد: بحث توسعه زیرساخت‌ها به‌ویژه حمایت از ایجاد آزمایشگاه تخصصی در حوزه صنعت اسباب‌بازی، از موضوعات مورد توجه ما در صندوق نوآوری و شکوفایی است و آمادگی داریم با هم‌افزایی مشترک و سرمایه‌گذاری در این حوزه، از ایجاد آزمایشگاه تخصصی در صنعت اسباب‌بازی حمایت کنیم. همچنین در قالب یک کنسرسیوم مشترک، آمادگی داریم به ایجاد برند ملی در حوزه اسباب‌بازی و توسعه صادرات این صنعت کمک کنیم. در حوزه توزیع نیز می‌توانیم از ظرفیت پلتفرم‌های داخلی و بین‌المللی بهره ببریم و در این بخش، آمادگی داریم پیشنهادهای شما را دریافت و مورد بررسی قرار دهیم.

صنعت اسباب‌بازی از ظرفیت بالایی در حوزه اشتغال‌آفرینی و ثروت‌آفرینی برخوردار است. معاون توسعه صندوق نوآوری و شکوفایی، در این نشست با اشاره به رشد روزافزون حوزه صنایع خلاق گفت: این حوزه از ظرفیت بالایی در حوزه اشتغال‌آفرینی، ثروت‌آفرینی و ارزش‌آفرینی برخوردار است و حمایت از فعالان دانش‌بنیان این حوزه را وظیفه خود می‌دانیم.

تعامل مشترک برای تدوین برنامه حمایتی از صنعت اسباب‌بازی

محمدحسین سجادی نیری نیز در این نشست تصریح کرد: پیش از این، نشست با شرکت‌های دانش‌بنیان، فناوری و خلاق حوزه بازی‌های رایانه‌ای برگزار کردیم و در دومین نشست، میزبان فعالان حوزه اسباب‌بازی در بخش‌های مختلف این صنعت هستیم تا بتوانیم در تعامل مشترک، برنامه‌های حمایتی برای این صنعت تدوین کنیم.

ظرفیت و زمینه صادراتی بسیار خوب در صنعت اسباب‌بازی کشور

مدیرعامل صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق، ضمن اشاره به سابقه تاسیس این صندوق گفت: در حوزه‌های مختلف از جمله صنعت اسباب‌بازی سرمایه‌گذاری کرده‌ایم.

وی افزود: در حوزه اسباب‌بازی چهار دسته کلی طراحی، تولید، توزیع و صادرات داریم که در این جلسه از همه این گروه‌ها حضور دارند. ظرفیت بسیار خوبی در صنعت اسباب‌بازی کشور وجود دارد و قطعاً زمینه صادراتی مناسبی نیز در این بخش وجود دارد. در صندوق صنایع خلاق آمادگی داریم با همکاری و تعامل با صندوق نوآوری و شکوفایی، حمایت‌های خوبی از فعالان این حوزه داشته باشیم.

لزوم افزایش حمایت برای توسعه صنعت اسباب‌بازی، ضرورت سرمایه‌گذاری مستمر در این صنعت و اهمیت آن در ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، اهمیت ایجاد برند ملی اسباب‌بازی ایران، حمایت از بازاریابی از طریق برگزاری نمایشگاه‌های مختلف و کمک به صادرات، حمایت از دانش‌بنیان شدن شرکت‌های تولیدکننده اسباب‌بازی، ایجاد کنسرسیومی برای حضور در بازارهای بین‌المللی، اهمیت تنوع بخشیدن به اسباب‌بازی‌های تولیدی در کشور برای حضور موثرتر در بازارهای جهانی و کیفیت قابل رقابت اسباب‌بازی‌های تولیدی ایران با نمونه‌های خارجی با قیمت‌های کمتر، از جمله نکاتی بودند که در این نشست به آنها اشاره شد.



صادرات صنایع دستی رشد کرد



در این نشست که روز دوشنبه ۲۶ آذر در محل سالن وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی برگزار شد، جمعی از فعالان، هنرمندان و پیشکسوتان صنایع دستی به بیان نظر و پیشنهادهای خود در حضور وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی پرداختند.

در این نشست فرزاد اوجانی مدیرکل دفتر بازاریابی و تجاری سازی در سخنانی گفت: موضوع تقویت راهکارهای صادرات صنایع دستی از موضوعات بسیار مهم است و یکی از مطالبات همیشگی هنرمندان و فعالان صنایع دستی است.

وی افزود: برای تقویت صادرات صنایع دستی باید اقدامات مهمی را انجام داد که یکی از آنها کیفی سازی محصولات و دیگری استاندارد سازی محصولات است. این در حالی است که تبلیغات و حضور در نمایشگاه های ملی و بین المللی از دیگر اقدامات مهم برای رونق صادرات صنایع دستی به حساب می آید.

اوجانی ادامه داد: در همین حال ایجاد پلتفرم مناسب و فروش از طریق آنلاین یکی دیگر از راهکارهای مهم برای افزایش صادرات است.

مدیرکل دفتر بازاریابی و تجاری سازی خاطرنشان کرد: در ۸ ماه گذشته ۱۵۰ میلیون دلار صادرات صنایع دستی داشتیم که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۱ درصد رشد داشته است. بیشترین میزان رشد صادرات در رشته رودوزی های سنتی است که در کشورهای مختلف طرفدار زیادی دارد.

وی یادآور شد: اصلاح قوانین و مقررات یکی از اقدامات مهم معاونت صنایع دستی برای رونق صادرات صنایع دستی است که در همین رابطه مشکلات مرتبط با سقف خروج زیورآلات برای حضور در نمایشگاه و استاندارد اجباری در حال برطرف شدن است.

اوجانی خاطرنشان کرد: ایجاد کدتدفه های ترجیحی، توانمندی بخش خصوصی، ایجاد شرکت تخصصی صنایع دستی، ارائه مجوز و مشوق های صادراتی، ارائه تسهیلات مناسب، بازاریابی و تبلیغات مؤثر، معرفی صنایع دستی برای بازاریابی، حضور در نمایشگاه های خارج از کشور، ایجاد هاب صنایع دستی در خارج از کشور، ارائه یارانه برای کاهش هزینه های صادرات و ... از جمله پیشنهادهای مهم برای توسعه صادرات صنایع دستی است.



استفاده از ظرفیت دیپلماسی عمومی برای توسعه صنایع دستی

صحت فعال حوزه صنایع دستی نیز در این نشست یادآور شد: دیپلماسی عمومی می‌تواند به کمک صنایع دستی بیاید. می‌توان از تمام مردم برای سفر به ایران و نیز خرید صنایع دستی ایرانی دعوت کرد و به آن‌ها اعلام کرد که تحت تأثیر ایران‌هراسی قرار نگیرند. درخواست من از وزیر این است که در صورت امکان مکاتبه‌ای با رهبر انقلاب انجام دهد تا ایشان از مردم دنیا برای سفر به ایران دعوت کنند تا از این طریق شاهد فروش و صادرات بیش از پیش صنایع دستی باشیم.

موسوی‌زاده صادرکننده و محقق حوزه صنایع دستی نیز اظهار کرد: موضوع مهمی که باید در حوزه صنایع دستی به آن توجه کرد این است که یک مرکز رشد در این حوزه ایجاد کرد و بانک اطلاعاتی نیز تشکیل دهیم. همچنین موضوع برندسازی و شناخت سلیقه‌های کشورهای مختلف یکی دیگر از موضوعاتی است که باید به آن توجه کرد تا صادرات ما به شکل راحت‌تری انجام شود.

نقش همیشه پایدار است

دیوانی فعال صنایع دستی نیز در این نشست گفت: اهمیت صنایع دستی در این است که نقش پایدار است. برگزاری جلسه با حضور وزیر میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از اهمیت بالایی برخوردار است. پیشنهاد دارم برای رشد و توسعه صنایع دستی ایستگاه خلاق و یا خانه خلاق راه‌اندازی کرد. در همین حال اعتقاد دارم اکسپو به وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی انتقال یابد.

ابوالحسنی فعال حوزه صنایع دستی نیز در این نشست در سخنانی افزود: در حوزه صنایع دستی اگر کالاهایی را تولید کنیم که دنیا آن‌ها را بخواهد مشکلی برای فروش نخواهیم داشت. یکی از موضوعاتی که در فروش بهتر صنایع دستی می‌توان از به آن توجه کرد این است که از ظرفیت باشگاه تولیدکنندگان استفاده کرد و همچنین شبکه بازاریابی را در کشورهای همسایه راه‌اندازی کنیم.

باید در صادرات صنایع دستی به سمت سوغات

پیش برویم

ملاً محمدی فعال صنایع دستی گفت: باید صادرات صنایع دستی به تیم متخصص سپرده شود، باید صادرات ما به سمت سوغات پیش رود و در دنیا عرصه کنیم با حجم تولید اندکی که داریم نمی‌توانیم به سمت سوغات برویم. باید در زمینه صادرات مطالعات داشته باشیم.

وی ادامه داد: تولیدکنندگان باید با طراحی روز دنیا آشنا شوند، مرکز مطالعات باید این کارت را انجام دهد. متأسفانه در تولید محتوا و خلق داستان ضعیف هستیم. همچنین باید محصولات شناسنامه‌دار شوند.



همکاری ایران و اندونزی در صنایع خلاق و صادرات فرهنگی می‌یابد

محمد بروجردی سفیر و محمدرضا ابراهیمی رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در اندونزی ضمن حضور در مرکز تولید و صنایع خرد و متوسط با متولیان و تولیدکنندگان صنایع خرد و متوسط دیدار و گفت‌وگو کردند.

محمد بروجردی سفیر و محمدرضا ابراهیمی رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در اندونزی ضمن حضور در مرکز تولید و صنایع خرد و متوسط با متولیان و تولیدکنندگان صنایع خرد و متوسط دیدار و گفت‌وگو کردند.

به گزارش ایسنا، سفیر کشورمان در این دیدار، بیان کرد: اشتراکات فرهنگی دو کشور ایران و اندونزی از نظر زبانی بالغ بر ۷۰۰ کلمه است که این امر نشان دهنده روابط دیرینه میان دو کشور است.

وی افزود: تجارت میان دو کشور ایران و اندونزی از بنادر مهم سوماترا آغاز شده و فرهنگ دین و زبان نیز از همین بنادر وارد اندونزی شده است. بروجردی با اشاره به تحقیقات علمی و پژوهشی درخصوص نقش ایرانیان در مبادلات فرهنگی و تجاری با کشور اندونزی گفت: بعد از ورود اسلام به اندونزی، روابط دو کشور ادامه یافته و اکنون نیز در حوزه های مختلف سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در مسیر رشد و پیشرفت بوده است.

سفیر کشورمان خاطرنشان کرد: ایران با حذف ویزای ورود به کشورش این پیام را به کشور دوست و ملت اندونزی صادر کرده که آمادگی برای افزایش روابط میان دو کشور را در همه حوزه‌ها دارد.

بروجردی در ادامه، گریزی هم به صنایع خلاق و صادرات فرهنگی زد و تأکید کرد: ما آمادگی داریم با همکاری رایزنی فرهنگی کشورمان صادرات فرهنگی خصوصاً صنایع فرهنگی میان دو کشور را افزایش دهیم.

همچنین گوس هندی، مدیرعامل صنایع خرد و کوچک اندونزی در سخنانی، گفت: صنایع کوچک جایگاه بسیار مهمی در اقتصاد اندونزی دارد و این بخش از صنعت در دو بعد ایجاد اشتغال (اشتغالزایی) و افزایش درآمدها [خصوصاً در مناطق کمتر توسعه یافته] سهم بسزایی داشته است. وی با ابراز تمایل و علاقه‌مندی از همکاری با صنایع خرد و متوسط کشورمان تأکید کرد: ما آمادگی داریم از تجربیات و تجارت با ایران در زمینه صنایع خرد و متوسط بهره مند شویم.

در ادامه، مدیران و متولیان صنایع خرد و متوسط به ارائه گزارش فعالیت‌ها و تولید و اشتغال در این حوزه پرداختند و انتقال تجربیات و مبادلات در حوزه صنایع کوچک خصوصاً حوزه مواد غذایی، گردشگری و صادرات محصولات فرهنگی میان دو کشور مورد تأکید قرار گرفت.





برگزاری سومین جایزه ملی و کنفرانس بین‌المللی گیمیفیکیشن در تهران

کنفرانس و جایزه بین‌المللی گیمیفیکیشن ایران با رویکرد علمی پژوهشی و جایزه استارت‌آپ برتر حوزه طرح‌های بازی‌وار و گیمیفیکیشن در صنایع مختلف با همکاری نهاد‌های مرتبط داخلی، دانشگاه‌های معتبر کشور و نهاد‌های علمی و معتبر خارجی در شهر تهران برگزار می‌گردد

کنفرانس و جایزه بین‌المللی گیمیفیکیشن ایران

سومین جایزه ملی و کنفرانس بین‌المللی گیمیفیکیشن در تاریخ ۸ بهمن ۱۴۰۳ در تهران برگزار خواهد شد. این رویداد به عنوان اولین و تنها کنفرانس و جایزه در جهان، در حوزه گیمیفیکیشن شناخته می‌شود و هدف آن گرد هم آوردن پژوهشگران، متخصصان و علاقه‌مندان به این حوزه نوین است. گیمیفیکیشن به معنای به کارگیری عناصر بازی در زمینه‌های غیر بازی، به منظور افزایش انگیزه، مشارکت و یادگیری کاربران است. این رویکرد در سال‌های اخیر به سرعت در حال رشد و توسعه است و در صنایع مختلف، آموزش، بازاریابی، سلامت و مدیریت منابع انسانی به کار می‌رود. با توجه به اهمیت و تأثیر این مفهوم در بهبود فرآیندها و تجربه کاربری، کنفرانس امسال تلاش دارد تا به بررسی جدیدترین دستاوردها و نوآوری‌ها در این حوزه بپردازد.

کنفرانس شامل برنامه‌های متنوعی از قبیل سخنرانی‌های کلیدی از کارشناسان برجسته، کارگاه‌های عملی و پنل‌های تخصصی خواهد بود. شرکت‌کنندگان این فرصت را دارند تا از تجربیات موفق در پیاده‌سازی گیمیفیکیشن در سازمان‌ها و پروژه‌های مختلف آگاه شوند و به بحث و تبادل نظر با یکدیگر بپردازند. همچنین، فرصت شبکه‌سازی با دیگر فعالان این حوزه و کشف راهکارهای نوآورانه برای چالش‌های موجود، از دیگر مزایای حضور در این رویداد است. در کنار کنفرانس، سومین دوره جایزه ملی گیمیفیکیشن نیز برگزار خواهد شد که به شناسایی و تقدیر از بهترین پروژه‌ها و ابتکارات در این حوزه می‌پردازد. این جوایز به سازمان‌ها و افراد موفق در استفاده از گیمیفیکیشن در فرآیندها و خدمات خود اهدا خواهد شد و به عنوان الگویی برای دیگران عمل خواهد کرد.

از تمام علاقه‌مندان، پژوهشگران و فعالان عرصه گیمیفیکیشن دعوت می‌شود تا در این رویداد شرکت کنند و با آخرین دستاوردها و نوآوری‌ها در این زمینه آشنا شوند. برای کسب اطلاعات بیشتر، برنامه‌های کنفرانس و ثبت‌نام، به وبسایت رسمی (igconf.ir) کنفرانس مراجعه فرمایید.



افتتاح سومین نمایشگاه دستاوردها و ظرفیت‌های شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان



سومین نمایشگاه دستاوردها و ظرفیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق با حضور مهندس فاطمه مهاجرانی سخنگوی دولت، حجت الاسلام و المسلمین دکتر عبدالحسین خسروپناه دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی، دکتر حسن مسلمی نائینی رییس جهاددانشگاهی و دکتر مهدی باصولی رئیس دانشگاه علم و فرهنگ و مقامات علمی، فرهنگی و هنری در دانشگاه علم و فرهنگ آغاز به کار کرد. این نمایشگاه به همت پارک ملی علوم و فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی جهاددانشگاهی، به مدت سه روز از ساعت ۱۰ صبح تا ۱۷ در دانشگاه علم و فرهنگ میزبان علاقه‌مندان است.





گفتگو با آقای امین پیرمحمدزاده، مدیر خانه خلاق و نوآوری تکنوسیتی



خانه های خلاق و نوآوری ایران



خانه خلاق و نوآوری تکنوسیتی با پشتوانه موسسه فرهنگی هنری سیاحان و هلدینگ فولاد جنوب، شکل گرفته است. این مجموعه در راستای حمایت از جوانان، با راهاندازی مرکز آموزش علمی کاربردی و مرکز روانشناسی و برگزاری رویدادهای ملی و بین‌المللی در حوزه کسب‌وکار و فناوری، بستری مناسب برای رشد استعدادهای کشور فراهم کرده است. هدف از این فعالیت‌ها ایجاد مشاغل فناورانه متکی بر ایده‌های نو و کاهش هزینه‌های راهاندازی کسب‌وکارهای نوپا بوده است. در ادامه این مسیر، تصمیم به راهاندازی خانه خلاق و نوآوری تکنوسیتی با محور الگوهای نوین کسب و کار گرفته شد.



چه پتانسیل‌ها و فرصت‌هایی در حوزه فناوری و نوآوری دیدید که سراغ این کار آمدید؟

با توجه به رشد سریع فناوری و نیاز روزافزون به راه‌حل‌های نوآورانه برای مسائل کشور، خانه خلاق و نوآوری تکنوسیتی به دنبال بهره‌برداری از پتانسیل‌های موجود در زمینه فناوری و خلاقیت نیروی انسانی بوده است. هدف از این کار، کمک به شکل‌گیری اکوسیستم نوآوری، تحقق اقتصاد مقاومتی و دانش‌بنیان و توسعه اشتغال پایدار فناورانه است.

فعالیت خانه خلاق و نوآوری تکنوسیتی به چه صورت است؟

فعالیت این مرکز شامل شتاب‌دهی استارت‌آپ‌ها، ارائه فضای کار اشتراکی، مشاوره‌های تخصصی در حوزه‌های کسب‌وکار نوین، بازاریابی دیجیتال، حقوقی، مالی و منابع انسانی و برگزاری رویدادهای مختلف مانند بوت‌کمپ، استارت‌آپ ویکند و ایده‌شو است. همچنین این مرکز خدمات فنی زیرساختی شامل اینترنت، سرور را نیز ارائه می‌دهد.



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

ظرفیت مرکز به گونه‌ای طراحی شده که بتواند به‌طور همزمان به چندین استارت‌آپ در مراحل مختلف پذیرش، شتاب‌دهی و پس‌استاب‌دهی خدمات ارائه دهد. در حال حاضر بخش عمده این ظرفیت مورد استفاده قرار گرفته و تیم‌های مختلف در حال بهره‌برداری از امکانات مرکز هستند.

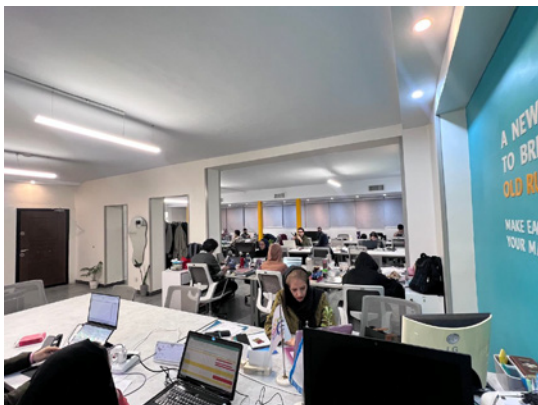




نحوه پذیرش در خانه خلاق و نوآوری تکنوسیتی به چه صورت انجام می شود؟

فرایند پذیرش در تکنوسیتی شامل مراحل زیر است:

۱. ثبت ایده و طرح کسب و کار در سایت مرکز.
۲. ارزیابی اولیه و انجام مصاحبه با صاحبان ایده.
۳. پذیرش موقت یک ماهه.
۴. ورود به دوره پذیرش اولیه که شامل یک دوره ۲ ماهه استارتاپی همراه با خدمات غیرنقدی مانند آموزش و فضای کار اشتراکی است.
۵. ارزیابی نهایی در مرحله Idea Ring و در صورت موفقیت، عقد قرارداد شتابدهی و ورود به دوره شتابدهی ۹ ماهه.



چه موفقیت ها یا تجربیات موفق به دست آورده اید؟

تاکنون چندین استارتاپ موفق در حوزه های مختلف فناوری از این مرکز خارج شده اند. این استارتاپ ها توانسته اند محصول یا خدمت خود را به بازار ارائه دهند، مدل کسب و کارشان را اعتبارسنجی کنند و به درآمدزایی برسند.

بزرگ ترین چالشی که تجربه کرده اید چه بوده است؟

بزرگ ترین چالش، ایجاد یک اکوسیستم پویا و هماهنگ میان استارتاپ ها، سرمایه گذاران و نهادهای حمایتی بوده است. همچنین جذب سرمایه برای توسعه استارتاپ ها در مراحل ابتدایی فعالیت از دیگر چالش های اصلی به شمار می رود.

خانه خلاق و نوآوری تکنوسیتی چه امکانات و تجهیزاتی را فراهم کرده است؟

این مرکز امکانات متنوعی از جمله فضای کار اشتراکی، اتاق‌های جلسات و کنفرانس، اتاق تولید محتوا، خدمات زیرساختی مانند اینترنت، مشاوره‌های تخصصی و خدمات حقوقی و سرمایه‌گذاری را فراهم کرده است. همچنین امکان دسترسی به شبکه سرمایه‌گذاران و ارائه طرح‌های کسب‌وکار به آن‌ها نیز از دیگر خدمات مرکز است.

برنامه‌های توسعه‌ای شما برای آینده چیست؟

برنامه‌های توسعه‌ای ما شامل گسترش ظرفیت مرکز، افزایش تعاملات بین‌المللی و ارائه خدمات جدید به استارت‌آپ‌ها در حوزه‌های تخصصی‌تر است. همچنین قصد داریم با توسعه برنامه‌های شتاب‌دهی، دوره‌های تخصصی جدید برای استارت‌آپ‌ها برگزار کنیم و شبکه‌سازی گسترده‌تری را در سطح ملی و بین‌المللی ایجاد نماییم. علاوه بر این، برنامه‌ریزی برای ایجاد خوشه‌های صنعتی نوین، افزایش همکاری با سایر نهادهای حمایتی و تقویت زیرساخت‌های فناورانه نیز در دستور کار ما قرار دارد.

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

پیشنهاد ما ایجاد سازوکارهای حمایتی منسجم‌تر از سوی دولت و بخش خصوصی، به‌ویژه در حوزه معافیت‌های مالیاتی و ارائه تسهیلات مالی به استارت‌آپ‌ها است. بسیاری از استارت‌آپ‌ها دغدغه‌هایی جدی در زمینه تأمین مالی، اخذ مجوزها و تعامل با دستگاه‌های دولتی دارند.



techno-city.ir



technocity_ic



میدان هفت تیر - قائم مقام
فراهمانی - کوچه سام پلاک ۷





خانه خلاق برسا
Borsa creative house



آژانس خلاقیت گرافینو

شتاب‌دهی شده توسط خانه خلاق و نوآوری برسا گفتگو با سامان مجرد بنیان‌گذار آژانس خلاقیت گرافینو

خودتان را معرفی کنید و کمی از فعالیت تان بگویید؟

آژانس خلاقیت گرافینو یک استارت‌آپ در زمینه تولید محتوای صوتی تصویری می‌باشد که متشکل از گروه فیلم برداری، تصویر برداری، تدوین و هنری [سناریو نویس و ایده پرداز] است.

**چه مسئله‌ای باعث شد
شما به سمت این
استارت‌آپ بروید؟**

تیم ما متشکل از افراد با انگیزه و جوان است که به دلیل علایق و مهارت‌های اعضای تیم و همچنین نیاز موجود در بازار تبلیغات دیجیتال و آگهی، با راهنمایی و حمایت خانه خلاق و نوآوری برسا شروع به تولید محتوای موثر برای تبلیغ دهندگان کردیم.



چطور تیم سازی کردید؟

تیم گرافینو با شناسایی افراد مستعد و ارزیابی دقیق میزان خلاقیت آن‌ها در دل جامعه و در حین رویدادهای مختلف شکل گرفت. گرافینو به عنوان یک آژانس خلاقیت و استارتاپ در زمینه تولید محتوای صوتی و تصویری، فعالیت خود را آغاز کرد و با تشکیل گروهی متخصص و با تجربه شامل فیلم‌برداری، تصویربرداری، تدوین و هنری [اسناریو نویس و ایده‌پرداز]، به تولید محتوای با کیفیت و خلاقانه پرداخت.

هدف گرافینو از همان ابتدا این بود که با بهره‌گیری از تیمی منسجم و با استفاده از نوآوری و تفکر خلاقانه، محتوای صوتی و تصویری منحصر به فردی تولید کند که در زمینه‌های مختلف اعم از تبلیغات، رسانه، آموزش و سرگرمی تاثیرگذار باشد. این تیم با تمرکز بر کیفیت، دقت در جزئیات و تطابق با نیازهای مخاطب، تلاش کرد تا یک تجربه بصری و شنیداری متفاوت و جذاب خلق کند.

گرافینو با توجه به رویکرد خلاقانه‌اش، همیشه در پی شناسایی و پرورش استعدادهای نو است و به دنبال ایجاد فضایی است که افراد خلاق بتوانند ایده‌های خود را به بهترین شکل ممکن به واقعیت تبدیل کنند.

نقش خانه خلاق و نوآوری برسا در شتاب دهی شما به چه صورت بود؟

خانه خلاق و نوآوری برسا با هدف حمایت از استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا، مجموعه‌ای از امکانات کلیدی را ارائه داده است که تأثیر زیادی در رشد و پیشرفت این کسب‌وکارها داشته است. یکی از این کسب‌وکارهایی که از این امکانات بهره‌مند شده، استارت‌آپ خلاق و نوآور گرافینو است. خانه خلاق و نوآوری برسا با فراهم آوردن فضای کاری حرفه‌ای و مناسب برای تیم‌های استارت‌آپی، همچنین ارائه سیستم‌ها و تجهیزات پیشرفته، نقش مهمی در تسریع روند رشد و توسعه پروژه‌ها ایفا کرده است.

گرافینو، به عنوان یک استارت‌آپ فعال در زمینه تولید محتوای صوتی و تصویری، توانسته با استفاده از این فضای حرفه‌ای و امکانات فنی، پروژه‌های متنوع خود را به بهترین نحو ممکن مدیریت و اجرا کند. از جمله مزیت‌های همکاری با خانه خلاق و نوآوری برسا، دسترسی به زیرساخت‌های پیشرفته و محیطی پویا و الهام‌بخش بوده که به تیم گرافینو این امکان را داده است تا خلاقیت و ایده‌های نوین خود را به سرعت به مرحله اجرا درآورد. این امر، باعث تسریع در روند تحویل پروژه‌ها و افزایش کیفیت آن‌ها شده است.

خانه خلاق و نوآوری برسا علاوه بر ارائه فضای فیزیکی مناسب، در زمینه مشاوره‌های استراتژیک و مدیریتی نیز به استارت‌آپ‌ها کمک کرده است. تیم گرافینو با بهره‌گیری از این مشاوره‌ها، توانسته به طور مداوم فرآیندهای کاری خود را بهبود بخشیده و به یک تیم منسجم و حرفه‌ای تبدیل شود. همچنین، تعامل با دیگر استارت‌آپ‌های مستقر در خانه برسا فرصت‌های همکاری و هم‌افزایی جدیدی را برای گرافینو به ارمغان آورده است که این همکاری‌ها در تقویت نوآوری و تولید محتوای خلاقانه‌تر و تاثیرگذارتر موثر بوده است.

این فضای حمایتی و نوآورانه نه تنها باعث تسهیل روند کاری گرافینو شده، بلکه این امکان را به این استارت‌آپ داده است تا به سرعت با تغییرات و چالش‌های بازار سازگار شود و راه‌حل‌های بهتری برای تولید محتوای صوتی و تصویری در نظر بگیرد. در مجموع، خانه خلاق و نوآوری برسا با فراهم کردن تمامی امکانات لازم برای رشد و پیشرفت استارت‌آپ‌ها، به ویژه گرافینو، نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت‌های این استارت‌آپ ایفا کرده است.





با چه سرمایه‌ای شروع به کار کردید؟

این تیم بدون بهره‌گیری از سرمایه نقدی اولیه و تنها با حمایت‌های زیرساختی و ارتباطی خانه خلاق و نوآوری بُرسا فعالیت خود را آغاز کرد و تمامی اعضا با تکیه بر توانایی‌ها، پشتکار، روحیه هم‌افزایی و تاکید بر یادگیری مداوم مسیر موفقیت را هموار ساختند. پس از مدت کوتاهی از فعالیت تحت پوشش خانه خلاق و نوآوری بُرسا توانستیم به کمک سرمایه ایجاد شده، فضای کار اختصاصی و تجهیزات اولیه برای تولید محتوا تهیه کنیم، تجهیزات قبلی را ارتقا دهیم و بهره بردار انحصاری استودیوهای تخصصی در مشهد، تهران و شاهرود باشیم.



معرفی کلی از خدمتی که ارائه می‌کنید بفرمایید.

گرافینو با در اختیار داشتن مجهزترین استودیوهای صوتی و تصویری، ظرفیت تولید محتوای با کیفیت بالا را داراست و بستری مناسب برای تولید انواع محتواهای خلاقانه و حرفه‌ای ارائه می‌دهد. این مجموعه شامل استودیوهای زیر می‌باشد:

• استودیو کروماکی:

یکی از مجهزترین استودیوهای کروماکی در استان خراسان رضوی که به عنوان یکی از نقاط قوت گرافینو شناخته می‌شود. این استودیو مجهز به tracker است که می‌تواند قابلیت فیلم‌برداری ۳۶۰ درجه دارد.

• استودیو وولگ:

مجهز به پرده‌های سبز، سفید و خاکستری، مناسب برای ضبط برنامه‌های آموزشی و تولید محتوا برای محصولات و کسب و کارهای متنوع

• استودیو دوبله:

در این استودیو برنامه‌های متنوعی مانند ربات وحشی و گارفیلد ۳ دوبله شده‌اند. همچنین این استودیو زیرساخت‌های مناسبی برای تولید ویدئوکست و پادکست را داراست.

• استودیو بلیک باکس:

با فضایی بالغ بر ۳۰۰ متر مربع، امکان اجرای رویدادها و همایش‌ها با ظرفیت ۱۵۰ نفر را فراهم می‌کند. این استودیو همچنین قابلیت استفاده سینمایی و اجرای تئاتر و تله تئاتر را داراست.



آینده تیم خود را چطور ارزیابی می‌کنید؟

در بازار رقابتی و پر چالش امروز، پلتفرم‌های خودکار، فریلنسرها و آژانس‌های تبلیغاتی تخصصی به عنوان رقبای اصلی برای تیم‌های تولید محتوا شناخته می‌شوند. آژانس‌ها معمولاً با برخورداری از منابع مالی قوی و تیم‌های بزرگ در تلاش‌اند تا بهترین خدمات را به مشتریان خود ارائه دهند. با این حال، بسیاری از این رقبای در مواردی به شرکای ما تبدیل می‌شوند، به‌ویژه در پروژه‌هایی که نیاز به هم‌افزایی و همکاری برای ارائه خدمات کامل‌تر دارند. از سوی دیگر، به دلیل مزیت‌های رقابتی ما، مانند ارائه راهکارهای جامع، استراتژی‌های اختصاصی، کیفیت بالای اجرا و بهره‌گیری از خلاقیت در بسیاری موارد نقاط اشتراک کمتری با آن‌ها داریم و توانسته‌ایم نیازهای متفاوتی از مشتریان را برآورده کنیم؛ بنابراین تیم گرافینو با شناخت دقیق از نیازهای بازار و به کارگیری خلاقیت، موفق به ایجاد مزیت رقابتی قابل توجهی در مقابل این رقبای شده است.

گرافینو با استفاده از زیرساخت‌های پیشرفته و تجهیزات فنی روز، توانسته به تولید محتوای صوتی و تصویری با کیفیت بالا و منحصر به فرد دست یابد. این امکانات فنی به تیم این فرصت را می‌دهد که پروژه‌ها را با دقت و سرعت بیشتری اجرا کند و به نتایج مطلوب و مورد نظر مشتریان دست پیدا کند. همچنین، دایره ارتباطات گسترده گرافینو با مؤسسات فرهنگی، ارگان‌ها و نهادهای مختلف، یکی دیگر از مزیت‌های مهم این تیم است که به آن امکان می‌دهد تا پروژه‌های خود را در سطح وسیع‌تری اجرا کرده و در تعامل با ارگان‌های مختلف، ایده‌ها و طرح‌های خلاقانه‌تری را پیاده‌سازی کند.

این شبکه ارتباطی وسیع به گرافینو این امکان را می‌دهد که نه تنها از نظر فنی، بلکه از نظر استراتژیک نیز در بازار رقابتی حضور پررنگ‌تری داشته باشد. این ارتباطات به گرافینو کمک می‌کند تا در پروژه‌های متنوعی از جمله تولید محتوای آموزشی، تبلیغاتی و هنری مشارکت کند و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی را در قالب محتوای صوتی و تصویری به نمایش بگذارد.

مزیت رقابتی گرافینو در این است که علاوه بر تولید محتوای با کیفیت، با استفاده از زیرساخت‌های پیشرفته و ارتباطات وسیع، می‌تواند به سرعت به نیازهای بازار پاسخ دهد و در عین حال تعاملات مثمرتر و پایدار با مؤسسات و ارگان‌های مختلف برقرار کند. این رویکرد باعث شده است که گرافینو در زمینه تخصصی خود به یک برند معتبر تبدیل شود که توانسته است از رقبای خود پیشی بگیرد و به موفقیت‌های چشمگیری دست یابد.

کلام پایانی

عمیقاً معتقدیم که مأموریت ما فراتر از تولید محتواست. بلکه ما به دنبال خلق تجربه‌هایی هستیم که ارزش واقعی برای برندها و مخاطبان‌شان ایجاد کند. در دنیای رقابتی امروز، نوآوری و خلاقیت تنها راهی است که می‌تواند برندها را به یاد ماندنی کند و ما با تیمی متعهد، ابزارهای پیشرفته و رویکردی خلاقانه، آماده ایم تا این مسیر را برای مشتریان هموار کنیم. باور داریم که موفقیت ما تنها با موفقیت مشتریانمان معنا پیدا می‌کند و از هر فرصتی برای پیشرفت، همکاری و ایجاد ارزش مشترک استقبال می‌کنیم.

Graphino_ir



آینده تیم خود را چطور ارزیابی می‌کنید؟

چشم انداز گرافینو، دستیابی به جایگاهی مهم و تاثیرگذار در حوزه‌های فرهنگ، هنر، تبلیغات و سینما در سطح ملی است.





سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم؛ یک نگاه نقادانه

درباره سند و یادداشت تحلیلی حاضر

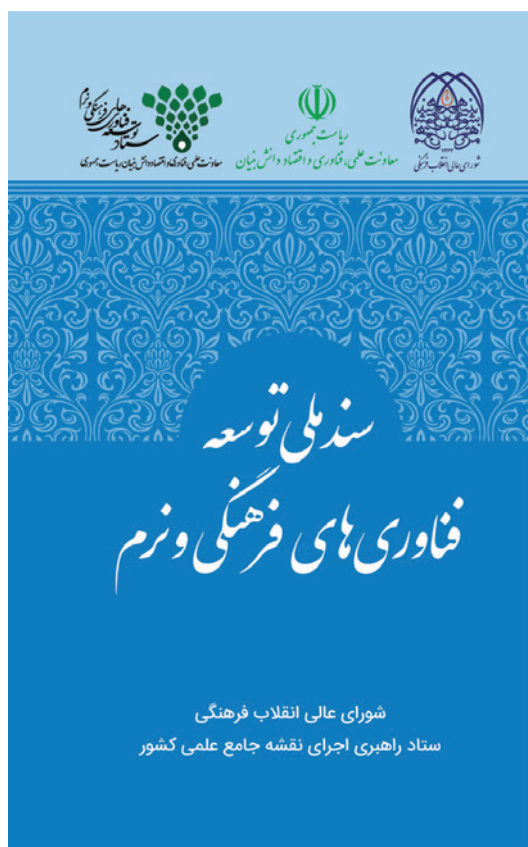
اسناد دیپلماتیک و سیاستی از قبیل گزارش‌ها، قراردادهای، معاهدات و مذاکرات، سهم والایی در پیشبرد اهداف خاص و کلان جامعه دارند و زیربنایی برای اقدامات سیاست‌گذارانه و عملیاتی، مهیا می‌کنند. اما آنچه کمتر بدان توجه می‌شود، ارزیابی و تحلیل اسناد سیاستی از ابعاد و مناظر گوناگون است. سند در مقام ابزار تحلیل، هم‌ارز با مدون‌سازی آن، شأنیت دارد. اهمیت تحلیل سند به سبب تأیید یا رد این پیش‌فرض که متن موردنظر برآمده از واقعیت‌های موجود و عینی، تدوین شده و مسیر تدقیق و جامعیت را پیموده است، نمود می‌یابد.

سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم در سال ۱۳۹۷ توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی و براساس مصوبه ستاد راهبری اجرای نقشه جامع علمی کشور تصویب و در سال ۱۴۰۰ در ۹ ماده ابلاغ شد. این سند به زعم دیدگاه اغلب متخصصین، مهم‌ترین سند سیاستی کشور در عرصه صنایع فرهنگی و خلاق است. در یادداشت پیش‌رو، سند فوق از بین انواع روش‌های علمی تحلیل اسناد سیاستی از حیث هنجاری مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. این روش با کاربردی‌سازی تحلیل و تبیین مسیر طی‌شده، راهکارهایی فراروی سیاستمداران و تحلیلگران قرار می‌دهد تا گذشته برای اکنون سودمند باشد. چراکه جز از رهگذر واریسی منظم و رویه‌دار ابعاد سند، نمی‌توان شاهد پیشبرد اهداف میدان سیاست‌گذاری صنایع فرهنگی و خلاق کشور بود. به بیان ساده‌تر متن حاضر، در پی پاسخگویی به سؤالات زیر است: **سند ملی توسعه فناوری**

های فرهنگی و نرم بر چه اساسی نوشته شده است؟ کاستی‌های آن چیست؟ چه استفاده‌ای از این سند برای زمان معاصر می‌توان انجام داد؟

نقد هنجاری سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم

با التفات به این نکته که از عمر صنایع فرهنگی و خلاق در نظام سیاست‌گذاری کشور چندان نمی‌گذرد، تصویب و ابلاغ سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم، از اقدامات روبه جلوی این عرصه محسوب می‌شود. این سند از جهاتی موجبات ارتقاء ظرفیت نهادی زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق کشور را فراهم کرد. به فراخور مندرجات سند، ایجاد ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم، رسماً جزء وظایف قانونی معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری قرار گرفت. با این حال، بررسی محتوایی سند، گویای چالش‌هایی است که در ادامه به تناسب مواد و تبصره‌های آن مورد ارزیابی قرار می‌گیرد:



آرمان‌گرایی افراطی و شاخص‌های کمی غیرواقع‌بینانه

بخش‌های مهمی از سند به مفادی پرداخته است که با توجه به زمان اندک باقیمانده تا سال ۱۴۰۴ دستیابی به آن‌ها بسیار دور از انتظار به نظر می‌رسد، با وضعیت فعلی زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق کشور تناسب ندارد و دور از امر واقع است. این فاصله چشمگیر بین وضعیت فعلی و اهداف تعیین شده، به‌ویژه در بخش اهداف کمی ذیل ماده ۵ سند، کاملاً مشهود است. سند، به طور نمونه، هدف کسب حداقل رتبه چهارم گردشگری در منطقه و جذب بیست میلیون گردشگر را تعیین کرده است. این درحالی‌ست که کشور در موضوع گردشگری، با وجود برخورداری از ظرفیت‌های بالقوه مسائل عدیده‌ای را تجربه می‌کند. طبق آخرین برآورد، تعداد گردشگران خارجی برای ایران در سال ۱۴۰۲ از شش میلیون و چهارصد هزار نفر فراتر نرفته است و اقتصاد گردشگری ایران هم رتبه هشتم در منطقه را داراست. با توجه به فاصله زمانی کوتاه تا سال ۱۴۰۴ و چالش‌های موجود در صنعت گردشگری، رسیدن به این اهداف، بسیار دشوار می‌نماید. همچنین، رسیدن به سهم ۳۰ درصدی بازی‌های دیجیتال از بازار کشور جزء اهداف سند در نظر گرفته شده است. با توجه به وضعیت فعلی صنعت بازی‌سازی در کشور و زمان محدود باقیمانده، تحقق این موضوع نیز بعید به نظر می‌رسد.

از طرف دیگر در برخی موارد فقدان شاخص یا وجود شاخص‌های فاقد تناسب با ظرفیت فعلی صنایع فرهنگی و خلاق، قابل مشاهده است. این موارد را می‌توان در گزاره‌هایی چون «دستیابی به جایگاه نخست تولید و صادرات محصولات فرهنگی بومی در منطقه و جهان اسلام» و «تولید و اکران بین‌المللی حداقل سی پویانمایی سینمایی تا افق چشم‌انداز ۱۴۰۴» جستجو کرد. ارائه احکام کلی و فاقد معیار مشخص در مواردی چون «گسترش مخاطبان ملی و فراملی» با تأکید بر جهان اسلام و افزایش رضایتمندی مردم از محصولات فرهنگی بومی، «بهبود فضای کسب و کار و تقویت نظام نوآوری صنایع و محصولات فرهنگی اسلامی - ایرانی و انقلابی»، «ارتقاء سهم تولید محصولات دانش‌بنیان از کل بازار صنایع فرهنگی» و «افزایش سهم تولید لوازم التحریر بومی از بازار نوشت‌افزار کشور» نمایان است.

فقدان توجه به هم‌افزایی حوزه‌های صنایع خلاق

بخش مهمی از مسائل صنایع فرهنگی و خلاق کشور، منبعث از نگرشی است که صنایع فرهنگی و خلاق را منفک از سایر صنایع تعریف می‌کند و موجودیت آن را به عنوان قطعه‌ای از پازل بزرگ اقتصادی و فرهنگی در نظر نمی‌گیرد. ضعف در ایجاد اتصال بین حوزه‌های صنایع خلاق با یکدیگر و اتصال درون‌زا و نظیر بازارسازی فرهنگی و مرچندایزینگ و عدم ایجاد پیوند صنایع فرهنگی و خلاق به صنایع بزرگ و اتصال برون‌زا، محصول چنین رویکردی است. این درحالی‌ست که صنایع فرهنگی و خلاق در پیوند با یکدیگر و با صنایع بزرگ نظیر پتروشیمی، منجر به هم‌افزایی اقتصادی و تسریع انتقال معانی فرهنگی می‌شوند. در تبصره ۱ ماده ۱ سند به حوزه‌های صنایع خلاق اعم از طراحی، اسباب‌بازی، نوشت‌افزار، تولید محتوا و نشر مکتوب و رقومی، ظواهر و سبک پوشش، صنایع دستی و گردشگری، فناوری‌های اجتماعی، نوآوری‌های اجتماعی، بازی‌های ویدئویی، پویانمایی و پی‌نمایی، سینما، هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی، تبلیغات، فناوری‌های مهندسی انگیزه، سازوکارهای مدیریت بهره‌وری و حکمرانی در حوزه فرهنگی و اجتماعی، بازی‌وارسازی، ارتباطی و رسانه‌ای، آموزشی و یادگیری اشاره شده است؛ فارغ از آنکه این دسته‌بندی از استانداردهای دقیق علمی و قابل قبولی به ویژه در قیاس با سایر گونه‌شناسی‌های مورد توافق جهانی برخوردار نیست، در هیچ‌کدام از اصول، اهداف و چشم‌انداز این بخش به ظرفیت مهم اتصال و هم‌افزایی این عرصه‌ها با یکدیگر و با صنایع بزرگ پرداخته نشده است.



دوگانه نگرش فراواقع گرایانه و تقلیل گرایانه نسبت به صادرات و اثربخشی بین المللی

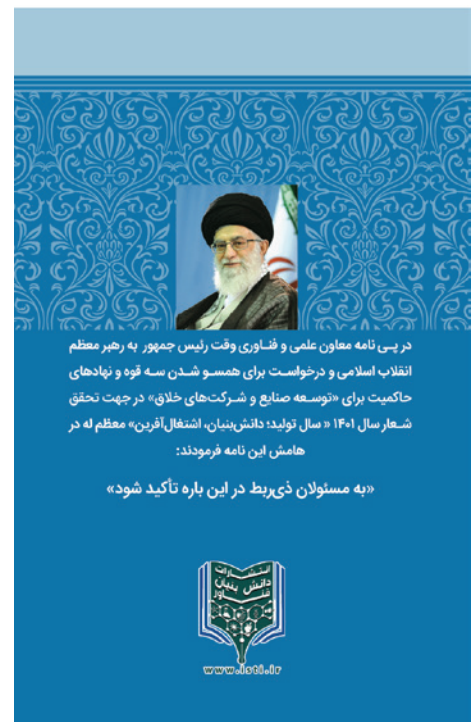
امروزه اتخاذ رویکرد جهان نگر به فرهنگ به معنای برخورداری از نگرش بین المللی و فرامرز دانستن تولیدات فرهنگی، از برنامه های سیاستی پیشرو در کشورها محسوب می شود. این رویکرد از گسترش صادرات صنایع فرهنگی به منظور تقویت هویت ملی و رونق اقتصادی گرفته تا تعریف اقدامات مشترک فرهنگی با کشورهای هم سو یا مشترک المنافع را شامل می شود. باوجود ظرفیت های دارای اثر محصولات فرهنگی ملی و بومی در سند، موارد متناظر با تعاملات بین المللی و صادرات از یک سو با واقعیت هم ساز نیست، از سوی دیگر به صورت محدود صورت بندی شده یا دچار تقلیل گرایی شده و تناقض آمیز است. به عنوان نمونه ذیل ماده ۵، هدف فراواقع گرایانه «دستیابی به جایگاه نخست صادرات محصولات فرهنگی و بومی در منطقه و جهان اسلام» ذکر شده و از طرف دیگر ذیل ماده ۶ راهبرد ۶ صرفا به بیان گزاره «اعطای جوایز صادراتی به تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات فرهنگی بومی و حمایت از آنها با توجه به نتایج صادراتی» اکتفا شده است.

عدم شفافیت تعریف مفاهیم و فقدان مرزبندی حدود آن

باوجود ۸ عنوان تعریف در ماده ۱ سند، می توان این همانی دانستن مفاهیم و مشخص نبودن حدود تعاریف را در بخش های مختلف سند، شاهد بود. به عنوان نمونه «صنایع فرهنگی»، «محصولات فرهنگی» و «فناوری های نرم» به طور جداگانه تعریف شده اند اما به طور نمونه در مقدمه سند در یک معنا و با قابلیت یکسان برای بهره روری در نظر گرفته شده است: «صنایع خلاق و محصولات فرهنگی و فناوری های نرم با قابلیت تولید دو هزار و دویست و پنجاه میلیارد دلار ارزش اقتصادی و ایجاد حدود سی میلیون شغل در دنیا، روز به روز مورد توجه کشورهای بیشتری قرار می گیرد». این مسئله با التفات به حیطه تخصصی صنایع فرهنگی و خلاق که پیچیدگی های آن ابعاد فنی، فرهنگی، تاریخی و هویتی دارد، محتوای سند را در معرض تفسیر و سوء تعبیر قرار می دهد.

عدم ارائه راهکارهای عملیاتی متقن و روزآمد

یکی از مسائل مبتلا به در اسناد سیاستی کشور، ارائه راهکارهای کلی، منسوخ و قدیمی است و سند توسعه فناوری های فرهنگی و نرم را نیز نمی توان از این قاعده مستثنا دانست. سند در سال ۱۳۹۷ تدوین و در سال ۱۴۰۰ ابلاغ شد. در همان بازه و تاکنون، تغییر و تحولات بسیاری در جهان و زیست بوم صنایع فرهنگی و خلاق کشور صورت گرفته است که نیاز به تدقیق، بازنگری و روزآمدی متناسب با اقتضائات اکنون دارد. به طور نمونه، قواعد و سازوکارهای مربوط به مالکیت معنوی در دنیا تغییر کرده و با توسعه زیرساخت های فناورانه، بهبود یافته است. توجه ویژه ای به ابعاد اقتصادی فرهنگ در کنار سایر ابعاد فرهنگ صورت گرفته و سرمایه گذاری و سودآوری به هدف اصلی کشورها برای توسعه صنایع فرهنگی و خلاق، مبدل شده است. فناوری های نوظهور و به طور خاص هوش مصنوعی (Artificial intelligence)، تحولات چشمگیر و تجربه های جدیدی را رقم زده اند که ساختار صنایع در تمامی ابعاد آن را دگرگون می کند. محتوای آنلاین (Streaming and Online Content) نظیر پلتفرم های پخش موسیقی، فیلم و تلویزیون بر بازارها تسلط یافته اند و منجر به ایجاد محتوای نوین و توزیع در سطح جهانی شده اند. از این رو ساماندهی و بازنگری جدی در بخش راهبردهای سند، ضرورت می یابد.



عدم ارائه راهکارهای عملیاتی متقن و روزآمد

یکی از مسائل مبتلابه در اسناد سیاستی کشور، ارائه راهکارهای کلی، منسوخ و قدیمی است و سند توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم را نیز نمی‌توان از این قاعده مستثنا دانست. سند در سال ۱۳۹۷ تدوین و در سال ۱۴۰۰ ابلاغ شد. در همان بازه و تاکنون، تغییر و تحولات بسیاری در جهان و زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق کشور صورت گرفته است که نیاز به تدقیق، بازنگری و روزآمدی متناسب با اقتضائات اکنون دارد. به طور نمونه، قواعد و سازوکارهای مربوط به مالکیت معنوی در دنیا تغییر کرده و با توسعه زیرساخت‌های فناورانه، بهبود یافته است. توجه ویژه‌ای به ابعاد اقتصادی فرهنگ در کنار سایر ابعاد فرهنگ صورت گرفته و سرمایه‌گذاری و سودآوری به هدف اصلی کشورها برای توسعه صنایع فرهنگی و خلاق، مبدل شده است. فناوری‌های نوظهور و به طور خاص هوش مصنوعی (Artificial intelligence)، تحولات چشمگیر و تجربه‌های جدیدی را رقم زده‌اند که ساختار صنایع در تمامی ابعاد آن را دگرگون می‌کند. محتوای آنلاین (Streaming and Online Content) نظیر پلتفرم‌های پخش موسیقی، فیلم و تلویزیون بر بازارها تسلط یافته‌اند و منجر به ایجاد محتوای نوین و توزیع در سطح جهانی شده‌اند. از این‌رو ساماندهی و بازنگری جدی در بخش راهبردهای سند، ضرورت می‌یابد.

نتیجه‌گیری

اسناد مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی در حکم قانون خواهند بود و غفلت از اصلاح رویه‌های آن از مرحله تدوین تا تصویب، موجب دامن‌زدن به مسائل فعلی کشور خواهد شد. بدین منظور، بررسی دقیق مهم‌ترین سند سیاستی عرصه صنایع فرهنگی و خلاق با رویکرد منتقدانه [هنجاری] هدف اصلی این متن قرار گرفت. ذکر این مهم، ضروری‌ست که بخش ویژه‌ای از چالش‌های ریشه‌دار در بدنه سیاست‌گذاری صنایع فرهنگی و خلاق به تناسب مسائل ساختاری کشور موجودیت یافته‌اند. سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم منبعت از مسائل کلان سندنویسی چون «ضعف در رعایت شیوه‌های استاندارد سندنویسی و ملزومات آن»، «فقدان اجماع نخبگانی و استفاده برابر از ظرفیت تمامی ذینفعان و بازیگران در تدوین اسناد»، «ضعف در شناسایی فرصت‌ها، نقاط اهرمی و آسیب‌های مبتلابه عرصه‌های موردنظر»، «عدم توالی اهداف، برنامه‌ها، راهبردها و چشم‌انداز اسناد»، «تورم اسناد و قوانین»، «مبدل گشتن سندنویسی به یک رویه اداری و ابزاری برای ابراز وجود دولت‌ها» و «ابهام در نسبت بین اسناد هم‌هدف» تدوین شده است. نسبت بین سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم با اسناد پیشین چون نقشه مهندسی فرهنگی مشخص نیست. باید اشاره داشت، از زمان تدوین و تصویب سند تاکنون، فعالین عرصه‌های تعریف‌شده ذیل صنایع فرهنگی و خلاق کشور به طور مجزا، اقدام به طرح‌ریزی اسنادی نموده‌اند که برخی نظیر سند موسیقی، سینما، تئاتر و [به مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی رسید و برخی دیگر نظیر سند اسباب‌بازی، بازی ویدئویی و] در مرحله پیش‌نویس قرار دارد. این گونه که از متن این اسناد بر می‌آید، تکرار مکررات است و گام برداشتن آن در مسیر گذشته و خلاء نوآوری در هر یک را می‌توان رصد نمود. سندنویسی موازی جز هدررفت منابع و افزودن بار اضافی وظایف بر دوش نهادهای متولی، عایدی چندانی ندارد.

افزون بر آنچه گفته شد، چالش‌های درون‌ساختاری بدنه سیاست‌گذاری صنایع فرهنگی و خلاق نیز به هم پیوسته بوده و لزوم نگرش کل‌نگر و سیستمی جهت کاستن از مسائل، غیر قابل انکار است. «تعدد نهادی، موازی‌کاری‌ها و تداخل وظایف و مأموریت‌های سازمانی»، «هم‌سو نبودن دستگاه‌های متولی در تدوین برنامه‌ها و اتخاذ و اجرای سیاست‌ها»، «عدم امکان‌سنجی کارایی سیاست‌ها» و «ضعف در تبدیل سیاست‌ها به طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی» تنها نمونه‌هایی از مسائل ناظر بر حکمرانی این عرصه است. از این رو، ضمن لزوم بازنگری سند، رصد دقیق، واریسی و تحلیل عرصه سیاست‌گذاری صنایع فرهنگی و خلاق از جمله عملکرد نهادهای اصلی و ذی‌مدخل، گام مهمی در وضعیت‌سنجی این حوزه محسوب می‌شود؛ چراکه جز از طریق کل‌نگری نمی‌توان در جهت کاستن از مسائل سند، اهتمام ورزید.



معرفی شرکت بین المللی آریان زرنگار پارتاک با "تولید و عرضه صنایع دستی ساسانی" و گفتگو با خانم کتایون ساسانی



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

هدف ما شامل اشتغال‌زایی و درآمدزایی به خصوص برای بانوان است. تلاش برای حفظ فرهنگ غنی ایرانی نیز بخش مهمی از مأموریت ما بوده است. ما بر این باوریم که صنایع دستی ایرانی نمادی از اصالت، زیبایی و تاریخ سرزمین ما هستند. هدف ما این بوده که با تولید محصولات باکیفیت و نوآورانه، سهمی در حفظ این میراث ارزشمند داشته باشیم. همچنین، با معرفی این هنرها در بازارهای داخلی و خارجی، تلاش می‌کنیم نام ایران را در سطح جهانی با اصالت و هنر پیوند دهیم.

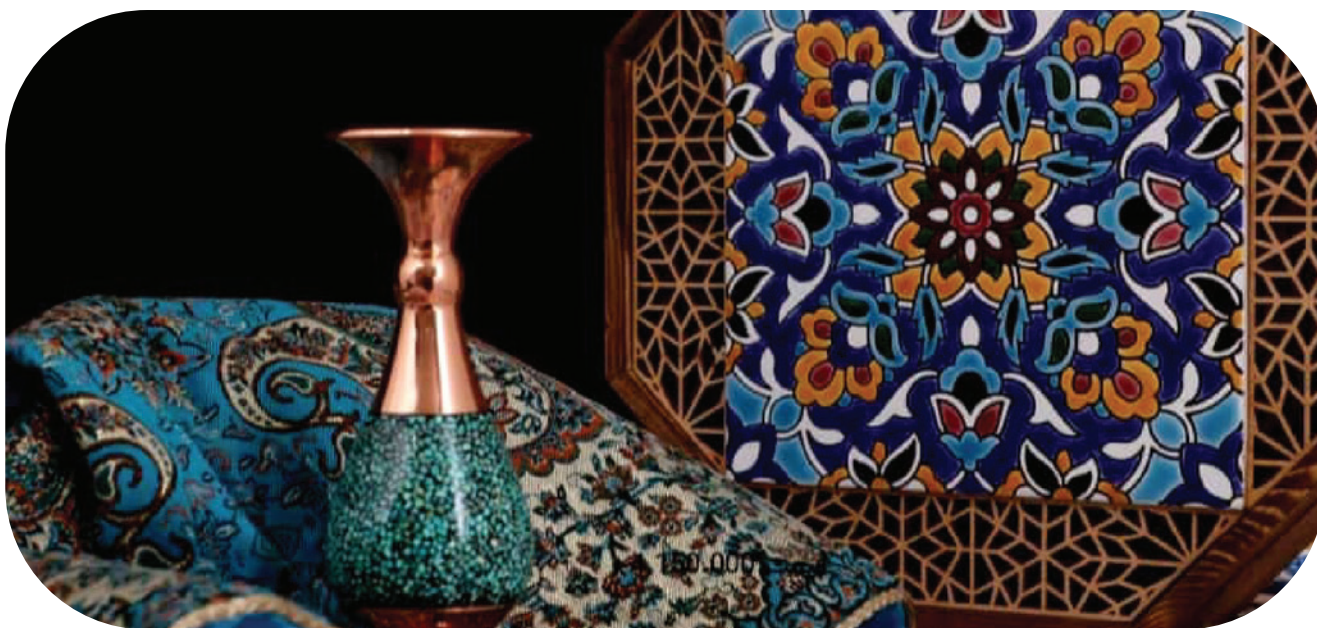


چه پتانسیل‌ها و فرصت‌هایی در صنایع دستی دیدید که سراغ این کار اومدید؟

صنایع دستی ایران با توجه به اصالت، زیبایی و تنوعی که دارد، یکی از زمینه‌های ارزشمند برای توسعه کسب‌وکار است. ما در این حوزه پتانسیل‌هایی مانند ایجاد فرصت‌های گسترده شغلی برای اقشار مختلف جامعه، به‌ویژه بانوان را شناسایی کردیم. همچنین، صنایع دستی فضایی سالم و کارآمد برای فعالیت‌های اقتصادی فراهم می‌کند که هم از نظر اخلاقی و هم فرهنگی ارزشمند است. از سوی دیگر، علاقه شخصی ما به حفظ هنر و تاریخ ایرانی و اعتقاد به اینکه این هنرها می‌توانند ابزارهایی برای معرفی فرهنگ ما به دنیا باشند، ما را به این سمت سوق داد.

نقش خانه خلاق و نوآوری آفتاب در شکل‌گیری فعالیت‌های شما چه بود؟

خانه خلاق و نوآوری آفتاب بستری مناسب برای یادگیری و توسعه فراهم کرد. این مرکز، با ارائه آموزش‌های کاربردی در حوزه‌هایی مانند بازاریابی دیجیتال، مدیریت کسب‌وکار و روش‌های نوین فروش، به ما کمک کرد تا بتوانیم با اطمینان بیشتری اهداف خود را دنبال کنیم. علاوه بر آموزش، این مرکز فضایی را برای شبکه‌سازی با دیگر فعالان این حوزه فراهم کرد که منجر به ایجاد ارتباطات مفید و استفاده از تجربیات مشترک شد.



معرفی از محصولاتی تولید می‌کنید بفرمایید.

محصولات ما شامل فیروزه‌کوبی‌های باکیفیت و میناکاری‌هایی با طراحی‌های نوآورانه است. فیروزه‌کوبی‌های ما با استفاده از سنگ‌های فیروزه اصل و تکنیک‌های سنتی ساخته می‌شوند که در عین حال دارای طراحی‌های مدرن هستند تا بتوانند با سلیقه‌های امروزی هماهنگ باشند. در کنار آن، میناکاری‌هایی با ترکیبی از طراحی‌های اصیل ایرانی و نوآوری‌های مدرن ارائه می‌دهیم که هم برای استفاده روزمره و هم به عنوان هدیه بسیار مناسب هستند.



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

محصولات ما چند ویژگی متمایز دارند از جمله کیفیت بالای مواد اولیه و فرآیند تولید که در تمامی مراحل نظارت دقیقی بر آن داریم. دوم، طراحی خلاقانه و ترکیب اصالت با نوآوری که باعث شده است محصولات ما برای گروه‌های مختلف جذاب باشد. سوم، ارائه خدمات پس از فروش برای تضمین رضایت مشتریان، به‌ویژه در صورت بروز مشکلات احتمالی، یکی از تعهدات ما به مشتریان است.

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

مخاطبان اصلی ما شامل ارگان‌های دولتی، شرکت‌های خصوصی و همچنین افرادی هستند که به محصولات هنری و باارزش علاقه‌مندند. این محصولات به عنوان هدایای رسمی و سازمانی نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند. بازخوردهایی که تاکنون دریافت کرده‌ایم، حاکی از رضایت بالا از کیفیت محصولات، طراحی‌های منحصر به فرد و خدمات پس از فروش بوده است.

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

در حال حاضر، ۱۵ نیروی متخصص در مجموعه ما مشغول فعالیت هستند که تخصص‌هایی در زمینه فیروزه‌کوبی، خاتم‌کاری و میناکاری دارند. علاوه بر این، بخشی از نیروهای ما در حوزه بازاریابی، مدیریت فروش و بسته‌بندی محصولات فعال هستند. این مجموعه نه تنها سهم قابل توجهی در اشتغال‌زایی دارد، بلکه برای توسعه مهارت‌های نیروی کار نیز برنامه‌های آموزشی منظمی برگزار می‌کنیم.



برای آینده چه برنامه‌ای دارید؟

در آینده، برنامه ما گسترش فعالیت‌های کسب‌وکار در حوزه صادرات و برندسازی در مقیاس بین‌المللی است. ما در تلاشیم که با همکاری شرکت‌های بازرگانی و استفاده از فرصت‌های نمایشگاهی در کشورهای دیگر، محصولات ایرانی را به جهان معرفی کنیم.

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

یکی از بزرگ‌ترین موفقیت‌های ما، جلب اعتماد مشتریان داخلی و ایجاد اعتبار در بازارهای مرتبط بوده است. همچنین، کیفیت محصولات ما به صورت مداوم از سوی مشتریان تأیید شده و این امر باعث شده تا سفارش‌های تکراری زیادی دریافت کنیم. موفقیت دیگر ما، توانایی در ارائه محصولات به عنوان هدایا در رویدادهای ملی و بین‌المللی بوده است که فرصتی برای شناخته شدن بیشتر ما

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

یکی از چالش‌های اصلی ما در ابتدای راه، ارائه محصولات و جلب اعتماد ارگان‌های دولتی و خصوصی بود. همچنین، افزایش هزینه‌های تولید، نوسانات قیمت مواد اولیه و محدودیت‌های بازاریابی در بازارهای بین‌المللی از دیگر مشکلاتی بوده‌اند که با آن‌ها روبه‌رو بوده‌ایم. با این حال، با تکیه بر کیفیت و تعهد به مشتریان، توانسته‌ایم بر بسیاری از این موانع غلبه کنیم.

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

توصیه من به کسانی که علاقه‌مند به ورود به این حوزه هستند، داشتن اهداف و چشم‌اندازهای روشن، مطالعه و یادگیری مداوم اصول بازاریابی و تمرکز بر کیفیت محصولات است. همچنین، ایجاد تمایز در طراحی و نوآوری می‌تواند عاملی کلیدی در موفقیت باشد.

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

ارائه تسهیلات مالی، ایجاد فرصت‌های بازاریابی و تسهیل صادرات محصولات به کشورهای همسایه، بسیار می‌تواند در رشد کسب و کارهای خلاق و نوآور تأثیرگذار باشد. همچنین، حمایت از شرکت‌ها در شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و ارائه زیرساخت‌های مناسب می‌تواند تأثیر بسزایی در رشد این حوزه داشته باشد.



www.sasani-handicraft.ir



[sasani.handicraft](https://www.instagram.com/sasani.handicraft)





بازی جدی و صنعت ناتمام آن در ایران بخش اول

فرزانه شریفی / عضو هیئت علمی دانشگاه سوره و پژوهشگر بازی های دیجیتال



در سال های اخیر، پدیده نوظهور بازی دیجیتال با استفاده از مؤلفه های انگیزشی و روش های طراحی خاص، موجب تحولات بسیاری در حوزه های غیرسرگرمی مختلفی نظیر سلامت، آموزش و تجارت شده است. این مفهوم و عملکرد آن در زمینه های غیربازی به یک اقدام سریع در حال ظهور و یک گرایش مهم تبدیل شده است. در حال حاضر بازی جدی یکی از تکنیک هایی است که می تواند به عنوان یک رسانه تعامل محور و اثرگذار، انگیزه را افزایش دهد و مشارکت کاربران را تقویت کند.

این بازی ها با افزایش سهم خود در سبد مصرفی خانواده ها به صنعتی درآمدزا تبدیل شده اند و در پلتفرم های مختلفی مانند موبایل، رایانه و کنسول قابل دسترس هستند. مرکز تحقیقاتی نیوزو تخمین زده است که در سال ۲۰۲۰ درآمد حاصل از بازی دیجیتال در این سه پلتفرم به حدود ۱۷۰ میلیارد دلار رسیده و این درآمدزایی با نرخ رشد مرکب سالانه ۹ درصد، در سال ۲۰۲۲ به ۱۹۵ میلیارد دلار رسیده است که در مقایسه با اقتصاد و گردش مالی صنایع فرهنگی دیگر مانند سینما، سالانه به طور میانگین بیش از ۵ برابر برآورد می شود (Newzoo, ۲۰۲۳).

سرگرمی، مفرح، چالش، انگیزه، هیجان و توجه. این ها برخی از تداعی های مثبتی است که افراد هنگام فکر کردن به بازی های رایانه ای دارند. پیشرفت های اخیر از واحدهای پردازش گرافیکی قدرتمند، تلفن های هوشمند و سایر دستگاه های تلفن همراه تا دستگاه های تعاملی جدید مانند دوربین های سه بعدی یا عینک های واقعیت مجازی همگی این شانس را افزایش می دهند که نسل بعدی بازی های دیجیتال قادر به تقویت این ارتباطات مثبت باشند.



این امر باعث می‌شود که فکر کردن درباره نحوه استفاده از بازی‌های دیجیتال برای اهدافی غیر از صرفاً بازی کردن و سوسه‌انگیزتر شود. یک بازی جدی، نامی است که به نرم‌افزارهای رایانه‌ای داده می‌شود که سعی در رسیدن به این هدف دارند. درحالی‌که برخی افراد فکر می‌کنند بازی‌های جدی و بازی‌های یادگیری مترادف هستند، بازی‌های دیجیتالی را می‌توان برای اهداف «جدی» غیر از یادگیری استفاده کرد. می‌توان از بازی‌های جدی برای ایجاد انگیزه در افراد برای ورزش بیشتر استفاده کرد. بازی‌های جدی را می‌توان برای درمان پزشکی و به عنوان یک ابزار بازاریابی استفاده کرد. در حال حاضر کارهای عملی و تحقیقات زیادی در زمینه بازی‌های جدی انجام شده است و این رشته در حال ترک دوران طفولیت است. بازی‌های رایانه‌ای واقعاً چند رشته‌ای هستند و دانشمندان رایانه، هنرمندان، طراحان رابط کاربری، طراحان بازی، روان‌شناسان و نوازندگان در توسعه آن‌ها سهیم هستند.

با توجه به تعداد زیاد حوزه‌های کاربردی بالقوه برای بازی‌های جدی، تعداد رشته‌هایی که ممکن است در توسعه آن‌ها دخیل باشند حتی بیشتر است. شیمیدانان، دانشمندان ورزش، معلمان، روزنامه‌نگاران، کارشناسان بازاریابی، مورخان، پزشکان - همگی می‌توانند سهم ارزشمندی در یک بازی جدی داشته باشند (Laamarti, & Saddik, ۲۰۱۴).

با توجه به علاقه انسان‌ها به گیم‌پلی، جای تعجب نیست که رایانه به عنوان یک مصنوع فنی نیز به عنوان پایه‌ای برای بازی‌ها عمل کرده است. بازی‌هایی که از نوعی ماشین‌های محاسباتی استفاده می‌کنند مانند رایانه شخصی، گوشی هوشمند یا قطعه‌ای از وسایل الکترونیکی که برای انجام بازی‌ها مانند کنسول بازی ویدیویی اختصاص داده شده است، بازی‌های دیجیتال نامیده می‌شوند.

محققان علاوه بر ظرفیت فنی، قادر به شناسایی عوامل مهم برای لذت بردن از بازی بودند، مانند ارائه زیبایی‌شناختی یا روایت. بازی‌های دیجیتال می‌توانند به طور ذاتی انگیزه‌بخش باشند. آن‌ها حتی می‌توانند بازیکنان را در وضعیت روانی شناور قرار دهند، جایی که آن‌ها احساس می‌کنند کاملاً در یک فعالیت غوطه‌ور شده و جذب آن می‌شوند.



بازی‌های سنتی برای اهداف جدی‌تری نسبت به سرگرمی مورد استفاده قرار گرفته‌اند. به عنوان مثال، بازی رومیزی مونوپولی با این هدف ایجاد شد که به عنوان ابزاری برای آموزش اثرات منفی انحصارها بر اقتصاد باشد (De Freitas, & Oliver, ۲۰۰۶). بازی‌های ورزشی مانند بسکتبال را می‌توان نه تنها برای یک تجربه سرگرم‌کننده، بلکه به این دلیل که بازیکنان برای افزایش تناسب‌اندام و بهبود سلامت خود تلاش می‌کنند، بازی کرد. اگر بازی‌های سنتی می‌توانند اهداف دیگری غیر از سرگرمی داشته باشند، **چرا بازی‌های دیجیتال فاقد این توانایی هستند؟** به بازی دیجیتالی که دارای این توانایی است، بازی جدی گفته می‌شود و به صورت زیر تعریف می‌شود.

بازی جدی یا بازی هدفمند چیست؟

امروزه اصطلاح بازی جدی تا حدودی مبهم است زیرا هیچ تعریف پذیرفته‌شده جهانی از آن وجود ندارد. در تعاریف دیگر، بازی‌های جدی با توجه به هدف سازنده آن‌ها مشخص نمی‌شوند، بلکه با توجه به قصد و نیت بازیکن مشخص می‌شوند؛ بنابراین، یک بازی دیجیتال مانند دوم اگر بازیکن از آن نه تنها برای سرگرمی، بلکه برای آموزش مهارت‌های حرکتی یا بهبود زمان واکنش استفاده کند، به یک بازی جدی تبدیل می‌شود. علاوه بر این، برخی از تعاریف، بازی‌های جدی را از بازی‌های دیگر متمایز می‌کنند که نه در یک محیط آموزشی رسمی، بلکه به طور داوطلبانه در اوقات فراغت بازیکن، بازی می‌شوند. در تعریف ارائه‌شده، هیچ ضرورتی وجود ندارد که بازی جدی اهداف خود را به شکل واقعی و حتمی برآورده کند. صرف قصد توسعه‌دهندگان برای دسته‌بندی یک بازی به عنوان یک بازی جدی کافی است. در سایر تعاریف این اصطلاح چنین انعطافی دیده نمی‌شود. درحالی‌که مایکل و چن (۲۰۰۶) یک بازی جدی را به عنوان یک بازی تعریف می‌کنند که سرگرمی، لذت یا سرخوشی به عنوان هدف اصلی آن‌ها نباشد، در تعریف این مقاله، اهداف یک بازی جدی بر اساس اهمیت آن‌ها رتبه بندی نمی‌شوند. درحالی‌که منظور از بازی جدی برای ما قرار گرفتن آن در زیرشاخه بازی دیجیتال است دیگران این اصطلاح را به طور کلی تر مشخص می‌کنند و آن را برای همه انواع بازی‌ها به کار می‌برند (Bellotti, Kapralos, Lee, Moreno-Ger, & Berta, ۲۰۱۳). درواقع، کلارک ابست (۱۹۷۰) اصطلاح بازی‌های جدی را با در نظر گرفتن بازی‌های تخته‌ای و کارتی ابداع کرد. غالباً بازی‌های جدی برای یادگیری در نظر گرفته شده‌اند اما یادگیری تنها هدف مشخص‌کننده بازی‌های جدی نیست. طیف کاملی از اهداف مشخص‌کننده دیگر وجود دارد.



بازی‌های جدی را می‌توان ابزاری برای رسیدن به هدف مورد نظر، یعنی تأثیر بر یادگیری یا آموزش یا وضعیت سلامتی بهتر در نظر گرفت. شکل ۲ درک اساسی و رویکرد مبتنی بر فناوری را برای بازی‌های جدی نشان می‌دهد: در مرکز، روش‌های طراحی بازی، مفاهیم بازی و اصول بازی در قیاس با توسعه و طراحی بازی‌های سرگرمی مورد استفاده قرار می‌گیرند. این مفاهیم، فن‌آوری‌ها و اصول، با اطلاعات بیشتر و فناوری‌های ارتباطی و همچنین روش‌ها و فناوری‌های خاص حوزه با توجه به هدف مشخص‌کننده بازی جدی ترکیب می‌شوند.

بازی‌های هدفمند و بازی وارسازی

بازی‌های هدفمند را می‌توان به نوعی مکمل واژه بازی وارسازی دانست. این اصطلاح به بازی‌هایی اشاره می‌کند که عمداً به شکلی طراحی شده‌اند که بازیکنان را به کارگیرند تا به یک هدف خاص غیر بازی خدمت کنند. در حالت ایده آل، این بازی‌ها مشوق‌هایی را برای افراد فراهم می‌کند تا در تلاش‌هایی مانند حل مسئله در مقیاس بزرگ مشارکت کنند. آن‌ها در این تعریف وسیله‌ای انگیزشی و جذاب برای بهره‌برداری از پتانسیل‌های جمع‌سپاری یا علم شهروندی هستند. به عنوان مثال، در علم شهروندی، مسائل علمی به یک بازی جامع تبدیل می‌شوند تا توسط جامعه‌ای از غیر دانشمندان حل شوند.

ادامه دارد...





کتاب نجات محصول از تله تولید



نویسنده: ملیسا پری



مترجم: رضا (جمشید) صادق



ناشر: آریا قلم



خرید کتاب از وبسایت آریانا قلم



www.aryanaghalam.com



تله تولید هنگامی پدید می آید که سازمان‌ها به جای آنکه اغلب بر روی ارزش واقعی ویژگی‌ها تمرکز کنند، روی این دیدگاه متمرکز می‌شوند که تا می‌توانند ویژگی‌های بیشتری توسعه دهند و به بازار عرضه کنند. تله تولید برای شرکت‌ها موقعیتی هولناک است، چون حواسشان را از کار اصلی‌شان پرت می‌کند. تمام افراد شرکت آن‌چنان بر روی ارائه هرچه بیشتر نرم‌افزار به بازار تمرکز که از توجه به آنچه اهمیت دارد غافل می‌شوند؛ ایجاد ارزش برای مشتریان، دستیابی به اهداف کسب‌وکار و نوآوری در برابر رقبا. هنگامی که از توجه به آنچه اهمیت دارد غافل می‌شویم، هنگامی که فراموش می‌کنیم که ارزش به چه معناست، محصولاتی که تولید می‌کنیم شکست می‌خورند. در این کتاب، خواهیم دید که معنای تبدیل شدن به سازمان محصول‌محور چیست و چگونه می‌توان سازمانی محصول‌محور بود.

کتاب کی نشر نوین



نویسنده: دنیل پینک



مترجمان: تیم ترجمه نشر نوین



ناشر: نشر نوین



خرید کتاب از وبسایت فیدیبو



www.fidibo.ir



همه ما می‌دانیم زمان‌سنجی همه چیز است، اما در مورد خود زمان و زمان‌سنجی اطلاعات کمی داریم. زندگی ما جریان پیوسته‌ای است از تصمیم‌های «کی»؛ چه وقت یک کسب‌وکار را راه‌اندازی کنیم، کی یک کلاس را زمان‌بندی کنیم، کی در یک رابطه عاطفی با فرد دیگری جدی شویم، و ... ما تاکنون این تصمیمات را بر اساس بینش و حدس و گمان‌هایمان اتخاذ می‌کرده‌ایم. اغلب فرض می‌شود که زمان سنجی یک هنر است. اما دنیل پینک در کتاب «کی»؛ ترفندهای علمی زمان‌سنجی عالی» نشان می‌دهد که زمان‌سنجی در واقع یک علم است. دنیل پینک نشان می‌دهد که بهترین شیوه زندگی، کار و موفقیت چیست.

در کتاب «کی» (When: The Scientific Secrets of Perfect Timing)، دنیل اچ پینک آخرین تحقیقات و اطلاعات زمان سنجی را با داستان‌هایی جذاب و آموزنده و نیز توصیه‌هایی عملی و کاربردی ترکیب کرده، تا به خوانندگان کتاب، بینشی عمیق و متقاعدکننده بدهد که بتوانند زندگی غنی و دوست‌داشتنی‌تری را تجربه کنند.



کتاب کار آهسته

نویسنده: کال نیوپورت

مترجم: حسین حدادی نیا / سمیه حدادی نیا

ناشر: نشر نوین

خرید کتاب از وبسایت نشر نوین

WWW.nashrenovin.ir



درک ما از مفهوم «بهره‌وری» ناقص است. این برداشت ما را به سمتی می‌برد که مشغله را معیاری برای تلاش مفید بدانیم و فهرستی طولانی از وظایف و جلسات بی‌پایان داشته باشیم. ما در آستانه فرسودگی شغلی، در انبوهی از کارها در حال غرق شدن هستیم و باید بین فرهنگ روح‌خراش پرکاری یا کنار گذاشتن جاه‌طلبی یکی را انتخاب کنیم. اما آیا واقعا تنها این انتخاب‌ها را داریم؟ کال نیوپورت نویسنده کتاب کار عمیق در کتاب تامل‌برانگیز و جدید خود، کار آهسته، از خرد دانش‌ورزان سنتی بهره می‌برد تا شیوه‌های شغلی مدرن ما را متحول کند. او در این کتاب ساختار استاندارد بهره‌وری را برای حذف نقص‌های ذاتی آن می‌شکند و توصیه‌هایی عملی برای پذیرش رویکردی آهسته‌تر و انسانی‌تر ارائه می‌دهد. کتاب بهره‌وری آهسته نقشه راهی برای رهایی از بار اضافی و رسیدن به رویکردی جاودانه‌تر برای دستاوردهای معنادار ارائه می‌دهد. دنیای کار در آستانه انقلابی جدید است و کار آهسته همان چیزی است که ما به آن نیاز داریم.



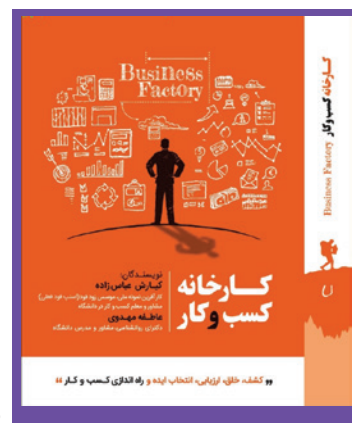
کتاب کارخانه کسب و کار

نویسنده: کیارش عباس زاده

ناشر: خانه کسب و کار

دانلود کتاب از وبسایت

www.abbaszadeh.org



سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم در سال ۱۳۹۷ توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی و براساس مصوبه ستاد راهبری اجرای نقشه جامع علمی کشور تصویب و در سال ۱۴۰۰ در ۹ ماده ابلاغ شد. این سند به زعم دیدگاه اغلب متخصصین، مهم‌ترین سند سیاستی کشور در عرصه صنایع فرهنگی و خلاق است. در یادداشت پیش‌رو، سند فوق از بین انواع روش‌های علمی تحلیل اسناد سیاستی از حیث هنجاری مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. این روش با کاربردی‌سازی تحلیل و تبیین مسیر طی‌شده، راهکارهایی فراروی سیاستمداران و تحلیلگران قرار می‌دهد تا گذشته برای اکنون سودمند باشد. چراکه جز از رهگذر واریسی منظم و رویه‌دار ابعاد سند، نمی‌توان شاهد پیشبرد اهداف میدان سیاست‌گذاری صنایع فرهنگی و خلاق کشور بود. به بیان ساده‌تر متن حاضر، در پی پاسخگویی به سؤالات زیر است: سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم بر چه اساسی نوشته شده است؟ کاستی‌های آن چیست؟ چه استفاده‌ای از این سند برای زمان معاصر می‌توان انجام داد؟



قسمت چهارم (بخش سوم) هوش خلاق، آینده های کاری و مدل های جدید کسب و کارها

هوش مصنوعی در تصمیم گیری

های خلاق نقش پررنگی ندارد و تنها به عنوان عضوی از اعضا تیم های خلاق

هوش مصنوعی مولد، فرآیند ایده پردازی و تولید را بسیار آسان تر، سریع تر و مقرون به صرفه تر می کند. این امر در همکاری اخیر یک آژانس تبلیغاتی و شرکتی دیگر برای توسعه یک موتور تولید محتوای هوش مصنوعی کاملاً مشهود است. استفاده دقیق از هوش مصنوعی می تواند به هنرمندان کمک کند از رکود در خلاقیت های خود فاصله گرفته و خلاقیت را به مسیرهای جدید سوق دهند.

بطور مثال، سیستم های ترکیب موسیقی با کمک هوش مصنوعی مانند Jukebox از Open AI MusicLM از گوگل Flow Machines از SONY می توانند سبک موسیقی دانان را یاد بگیرند و الگوهایی مانند آکوردها، ریتم، طول زمانی ابزارها را شناسایی کرده و پیشنهادهایی برای ادامه مسیر ارائه دهند. از این روش به طور موفقیت آمیزی در تکمیل سمفونی ناتمام دهم بتهوون استفاده شده است. آرکا، تهیه کننده موسیقی ونزوئلایی، این فرایند را چنین توصیف می کند:



"امری آرامش بخش در این وجود دارد که مجبور نباشی برای هر تصمیم کوچک فکر کنی، بلکه یک اکوسیستم خلق کنی که در آن اتفاقات به طور طبیعی رخ می دهند، اما نه لزوماً به ترتیبی که انتظارش را داشتی... این دیدگاه به من حس آرامش و هیجان داده است؛ اینکه همه چیز هنوز انجام نشده و یک افق باز از امکانات پیش روی من قرار دارد.

ممکن است مقاومت هایی در برابر این رویکردها وجود داشته باشد، اما نباید فراموش کرد که تا همین اواخر ابزارهایی مانند نمونه برداری^۱، سینتسایزرها^۲ و ProTools^۳ به عنوان نوعی تقلب یا هتک حرمت خلاقانه تلقی می شدند. امروزه نگرش ها تغییر کرده اند: در سال ۲۰۲۲، یک پنجم آهنگ های پرفروش بیلبورد مبتنی بر یک نمونه بودند. حتی گروه معتبر بیتلز^۴ با کمک ابزارهای هوش مصنوعی توانستند ضبط جدیدی ارائه دهند که صدای جان لنون را از یک دموی قدیمی جدا کرده و دوباره استفاده کنند.

این وابستگی متقابل بین انسان ها و ماشین ها ابعاد دیگری نیز دارد و نشان می دهد ردپای انسانی فرآیندهایی که ظاهراً خودکار هستند همیشه وجود دارد. برای مثال، همان طور که موفقیت Apple Music و Stitch Fix نشان می دهد، الگوریتم های پیشنهاددهنده به مزایای دخالت انسانی در ساخت پلی لیست ها یا انتخاب لباس پی برده اند. حتی فناوری های جدیدتری مانند مدل های زبانی بزرگ (LLMs)^۵ و ابزارهای تولید تصویر با هوش مصنوعی که در جوامع خلاق نگرانی ایجاد کرده اند، همچنان به کیفیت و تصادفی بودن دستورات انسانی وابسته هستند. این امر منجر به ظهور حوزه های جدیدی مانند مهندسی پرامپت^۶ یا هنر پرامپت^۷ شده است. این نقش ها به سطح بالایی از تفکر انتقادی نیاز دارند، نظیر توانایی نوشتن دستورات عمل های واضح، تجزیه یک وظیفه پیچیده به وظایف ساده تر و درک دلایل سوءتفاهم ها و نحوه جلوگیری از آن ها.

آگهی های استخدام برای این شغل ها در حال حاضر در سایت های استخدامی وجود دارد و برخی از آن ها تا سقف ۳۳۵,۰۰۰ دلار دستمزد پیشنهاد می دهند. منابع، ابزارها و راهنماهای مفیدی برای بهینه سازی پرامپت ها در حال ظهور هستند و برخی معتقدند که مهندسی پرامپت به یک مهارت اساسی تبدیل خواهد شد که همه باید آن را یاد بگیرند (فیبر، ۲۰۲۲؛ پرتیل، ۲۰۲۳؛ اسنو، ۲۰۲۳). به کمک فناوری، خودکارسازی و تقویت مشاغل موجود ممکن است نیروی کار را بیکار کند تا بر وظایف با ارزش تر تمرکز کنند (نوی و ژانگ، ۲۰۲۳). این موضوع برای کسب و کارهای خرد که بخش عمده ای از اقتصاد خلاق را تشکیل می دهند، اهمیت بیشتری پیدا می کند.

۱ نمونه برداری (Sampling): فرایندی است که در آن بخشی از یک قطعه موسیقی یا صدای ضبط شده برداشته می شود و به عنوان عنصر صوتی در یک اثر جدید استفاده می گردد. این تکنیک ابتدا مورد انتقاد بود چون به نظر می رسید به جای خلق موسیقی جدید، از کار دیگران استفاده می کند.

۲ Synths ابزارهای الکترونیکی هستند که برای تولید صداهای مصنوعی و الکترونیک به کار می روند. در دهه های اولیه، بسیاری از موسیقی دانان آن را "غیرطبیعی" یا "غیرخلاقانه" می دانستند، اما اکنون یکی از ابزارهای اصلی موسیقی مدرن است.

۳ ProTools یک نرم افزار حرفه ای برای ضبط، ویرایش و میکس موسیقی است که به تولیدکنندگان امکان می دهد قطعات موسیقی را با دقت بالا اصلاح یا تنظیم کنند. در ابتدا به دلیل استفاده گسترده از امکانات دیجیتال آن، برخی آن را تقلب تلقی می کردند، اما حالا به یک استاندارد در صنعت موسیقی تبدیل شده است.

۴ گروه بیتلز: یکی از مشهورترین و تأثیرگذارترین گروه های موسیقی در تاریخ است که در دهه ۱۹۶۰ در شهر لیورپول انگلستان شکل گرفت. این گروه متشکل از چهار عضو اصلی بود: جان لنون (John Lennon) - خواننده و گیتاریست/پل مک کارتنی (Paul McCartney) - خواننده و نوازنده گیتار باس/جورج هریسون (George Harrison) - گیتاریست اصلی/رینگو استار (Ringo Starr) - درامر

۵ مخفف Large Language Model مدل زبان بزرگ است. این اصطلاح به نوعی از مدل های هوش مصنوعی اشاره دارد که برای پردازش و تولید زبان طبیعی طراحی شده اند و با استفاده از مقادیر عظیمی از داده های متنی آموزش دیده اند.

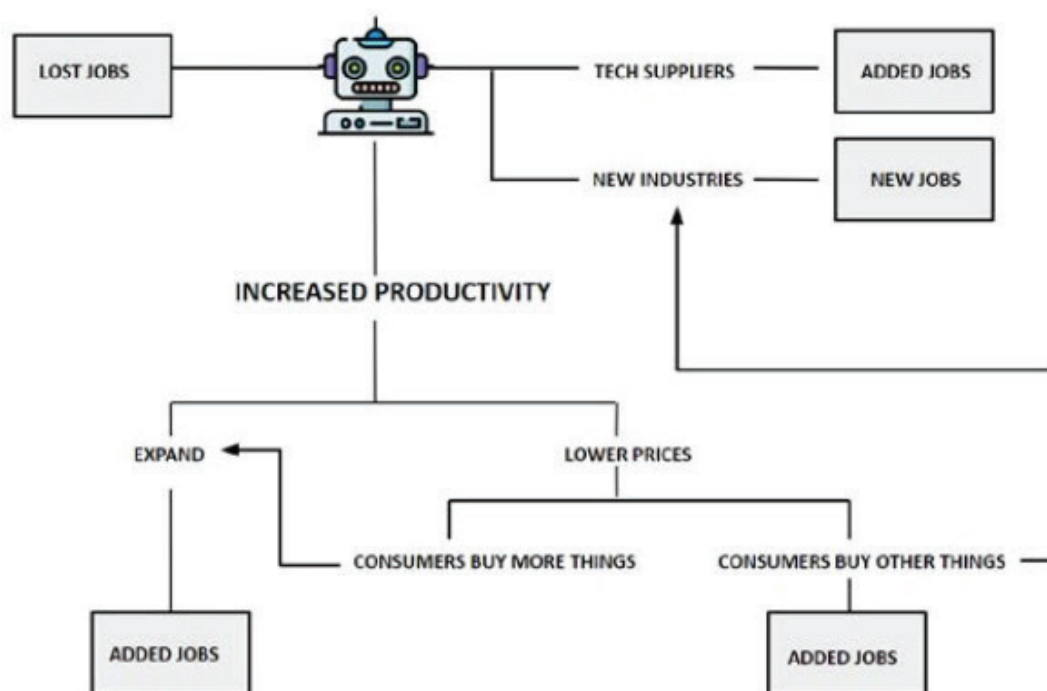
۶ Prompt Engineering به فرآیند طراحی و بهینه سازی دستورات (یا prompts) برای ارتباط موثر با مدل های زبان مصنوعی مانند LLM ها (مدل های زبان بزرگ) اشاره دارد. هدف این است که با تنظیم دقیق دستورات ورودی، بهترین پاسخ ها و نتایج ممکن از مدل های هوش مصنوعی به دست آید. این کار به ویژه در تعاملات با مدل هایی مثل GPT (مانند ChatGPT)، BERT، و سایر مدل های زبان بسیار مهم است.

Prompt Craftv به فرآیند هنری و خلاقانه طراحی و ساخت prompts (دستورات ورودی) برای مدل های زبان مصنوعی مانند LLM ها اشاره دارد. این فرآیند بیشتر بر جنبه های خلاقانه و استراتژیک تمرکز دارد و به کاربران کمک می کند تا از مدل های هوش مصنوعی به بهترین نحو استفاده کنند و نتایج دقیق، مفید و مرتبطتری دریافت کنند. در واقع، prompt craft یک نوع مهارت است که نیاز به درک عمیق از نحوه عملکرد مدل های زبان و توانایی هدایت آن ها به سمت تولید نتایج دلخواه دارد.



یک دیدگاه جالب توسط جانسون و همکاران (۱۹۹۹) در بررسی بخش خدمات بریتانیا ارائه شده است. در محیط‌های پایدار، سازمان‌ها می‌توانند بسیار کوچک باقی بمانند بدون اینکه در عملکردشان اختلالی ایجاد شود. اما در مواجهه با تغییرات ناگهانی و غیرمنتظره در سطح تقاضا برای خدمات یا محصولات آن سازمان، مانند فرصت‌های جدید تأمین مالی، به نیروهای بسیار بیشتری مثلاً در حدود ۱۷ کارمند، نیاز دارند. شایان ذکر است که برای غلبه بر موانع کاری، افزودن تعداد کارکنان، ضروری است، اما این امر به یک ساختار مدیریتی رسمی و تخصص گسترده‌تر نیاز دارد. این موارد، به نوبه خود، تنها با گسترش مقیاس عملیات و ایجاد عملکردهای جدید کسب‌وکار مانند امور مالی، حقوقی، منابع انسانی، فناوری اطلاعات و بازاریابی قابل دستیابی است. سازمان‌های کوچک ممکن است به یک متخصص ارشد برای این مشاغل نیاز داشته باشند، اما کار کافی برای اشتغال تمام‌وقت آن فرد یا پرداخت حقوقش را ندارند. گزینه جایگزین به معنی تکیه بیش از حد بر سرمایه انسانی، کارکنان موقت و داوطلبان یا ساختارهای سازمانی ساده، می‌تواند تأثیرات منفی بر ارائه خدمات و بهره‌وری داشته باشد. (آکینگبولا، ۲۰۰۴؛ دوینز و همکاران، ۲۰۰۵؛ لمبرت، ۲۰۱۵). خودکارسازی این وظایف می‌تواند این به حل این معضلات منجر گردد و به سازمان‌های خلاق فرصت گسترش سریع‌تر کسب‌وکار خود را دهند، و به تخصص‌هایی دست یابند که در غیر این صورت دور از دسترس بوده است. لذا بهتر می‌توانند بر مأموریت اصلی خود تمرکز کنند. همین موضوع در سطح فردی نیز صادق است: نوی و ژانگ (۲۰۲۳) یک آزمایش تصادفی انجام دادند و دریافتند که ChatGPT می‌تواند با کمک به کارکنان کم‌مهارت، شکاف عملکردی بین کارکنان را کاهش می‌دهد. همچنین در امر نویسندگی، نویسندگان ضعیف به طور چشمگیری مطالب بهتری ارائه دادند و نویسندگان قوی نیز کمی سرعت نگارششان افزایش یافت؛ لذا می‌توان نتیجه گرفت که این ابزارها می‌توانند از ارتقا مهارت‌ها حمایت کرده و شرایط را برای کسانی که آموزش و تخصص کمتری دارند، مناسب‌سازی کنند.

تأثیرات بی‌شمار فناوری‌های جدید بر مشاغل



خودکارسازی و تکمیل نیروهای کاری اغلب دو روی یک سکه هستند. آتور و همکاران (۲۰۲۲) با استفاده از داده‌های آشکار نشان دادند که مشاغلی که در معرض خودکارسازی بیشتری قرار دارند، به همان میزان در معرض ارتقا نیز هستند. به طور خاص، آنها دریافتند که همبستگی وزنی بین خودکارسازی و تقویت در مشاغل مختلف در بازه زمانی ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۸ برابر با ۰/۶۷ و در بازه ۱۹۴۰ تا ۱۹۸۰ برابر با ۰/۵۸ بوده است. برای برخی مشاغل، مانند مدیران و متخصصان در حوزه‌های بازاریابی، تبلیغات و روابط عمومی، اجزای تکمیلی فناوری‌های جدید نقش غالب دارند. همچنین به طور قابل توجهی، نوآوری‌های تکمیلی مواردی که لازم است وظایف جدیدی را پیش‌بینی کنند مشخص می‌کند که این موضوع از طریق ظهور عناوین شغلی جدید در مشاغل مختلف قابل اندازه‌گیری است. الوندو و همکاران (۲۰۲۲) تأثیر مدل‌های زبانی بزرگ (LLMs) بر مشاغل را بررسی کردند و دریافتند نقش‌هایی که به شدت به مهارت‌های برنامه‌نویسی و نگارش متکی هستند، تأثیر مثبت می‌یابند، در حالی که علوم و تفکر انتقادی تأثیر منفی نشان می‌دهند. این وضعیت مطلوب ممکن است همچنان ادامه پیدا کند، اما تضمینی برای آن وجود ندارد. شواهد اولیه نشان می‌دهند که اثرات کاهش‌دهنده تقاضا به دلیل فناوری‌های خودکارسازی در سال‌های اخیر تشدید شده است، در حالی که اثرات افزایش‌دهنده تقاضا ناشی از فناوری‌های تکمیلی کاهش یافته‌اند. این موضوع سایه‌ای بر اشتغال و ظهور مشاغل جدید انداخته است.

در این حیطه، با این ادعا که خودکارسازی ممکن است در برخی حوزه‌ها بیش از حد پیشرفته باشد، در تناقض نیست. با این حال، بر اساس این تحقیق، به وضوح نمایان می‌گردد که جوامع در مورد چگونگی و جهت توسعه فناوری حق انتخاب دارند و مسیری که فناوری در پیش می‌گیرد، محصول سیاست‌های دولتی از جمله مالیات‌ها و هزینه‌کرد در زمینه‌ی تحقیق و توسعه، ترتیبات مذاکرات جمعی^۸، عرضه مهارت‌ها^۹، رقابت بازار و استراتژی‌های شرکتی است. به این ترتیب، می‌توان مشوق‌هایی ارائه داد تا توازن نوآوری به سمت فناوری‌های سازگارتر با انسان تغییر کند. پیشرفت چشمگیر در توسعه فناوری‌های انرژی‌های تجدیدپذیر نشان‌دهنده این است که این امر می‌تواند با موفقیت عملی گردد (Johnson و Acemoglu، ۲۰۲۳).

مؤلف و مترجم: شهرزاد - اشرف سمنانی
کارشناس ارشد مطالعات ترجمه



۸ این عبارت به مذاکرات رسمی و ساختاریافته‌ای اشاره دارد که میان نمایندگان کارکنان و کارفرمایان یا نمایندگان آن‌ها صورت می‌گیرد. هدف از این مذاکرات تعیین شرایط کار، حقوق و دستمزد، مزایا، ساعات کار، ایمنی شغلی، و دیگر مسائل مرتبط با روابط کاری است.

۹ میزان دسترسی به نیروی کاری با مهارت‌های موردنیاز



معرفی شرکت توسعه فردی و توانمندسازی اجتماعی ستاره طلایی با "پلتفرم مدرسه زندگی" گفتگو با خانم فرانک شکوهی فر



با عنایت به فعالیت در حوزه روانشناسی و ارتباط مستقیم با افراد آسیب دیده، ایده ایجاد کسب و کار اجتماعی با هدف توسعه فردی و توانمندسازی اجتماعی در سال ۱۳۹۶ شکل گرفت و با مطرح نمودن موضوع با افراد دغدغه مند متشکل از روانشناسان، مشاوران حقوقی، مشاوران خانواده، متخصصان فناوری اطلاعات استارت طراحی نمونه اولیه پلتفرم مدرسه زندگی زده شد و با اجرای کمپین های مشاوره رایگان با هدف کاهش آسیب های اجتماعی شروع بکار نمودیم و با شرکت در نمایشگاه ها و دریافت مشاوره از متخصصان کسب و کار اقدام به توسعه محصول نمودیم و پکیج توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در مناطق کم برخوردار در روستاهای استان لرستان اجرا نمودیم.

فاز دوم توسعه پلتفرم مدرسه زندگی سامانه های: رشد و نوآوری دانش آموزان، سامانه جذب باما، سامانه رشد و نوآوری اجتماعی طراحی و تولید شد.

در سال ۱۴۰۱ مجوز های مورد نیاز شامل مجوز موسسه فرهنگی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و ثبت موسسه در سازمان ثبت شرکتها، دریافت مجوز از وزارت کار و رفاه اجتماعی، دریافت تأییدیه خلاق از معاونت علمی و فناوری و زیست بوم خلاق، دریافت مجوز روانسنجی و سنجش استعداد از سازمان نظام روانشناسی دریافت گردید

در سال ۱۴۰۲ با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات اجرای طرح توسعه اقتصاد دیجیتال روستای ایران را در استان یزد اجرا نمودیم

در سال ۱۴۰۳ با انعقاد تفاهم نامه همکاری با دانشگاه علم و فرهنگ و انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران اجرای فرایند جذب و استخدام آژانس های مسافرت هوایی را به صورت تخصصی همراه با برگزاری دوره های کارآموزی شروع نمودیم.



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

هدف ایجاد پلتفرم آموزشی مشاوره ای مدرسه زندگی توسعه فردی و توانمندسازی اجتماعی، آموزش، مشاوره و اشتغال می باشد.

چه پتانسیل ها و فرصت هایی در حوزه آموزش و کسب و کارهای دیجیتال دیدید که سراغ این کار اومدید؟

با تغییر در فرآیندهای اجرا و ایجاد نوآوری در حوزه آموزش، مشاوره و اشتغال و به صورت همزمان در بستر پلتفرم فرصت خوبی جهت توسعه کسب و کار دیجیتال در حوزه آموزش ایجاد شده است.



لطفاً یک معرفی از خدماتی که ارائه می کنید بفرمایید.

پلتفرم مدرسه زندگی دارای ۵ سامانه به شرح ذیل می باشد
سامانه رشد و نوآوری دانش آموزان: پکیجی از خدمات را به دانش آموزان ارائه می دهد شامل استعداد سنجی و پرورش استعداد، برنامه ریزی و هدایت تحصیلی، انتخاب رشته، آموزش مهارت های زندگی و اجتماعی، آشنایی با صنایع و بازار کسب و کار
سامانه مرکز تماس راهنما: زیر ساختی جهت حضور مشاوران حوزه های مختلف دارای امکانات هوشمند شامل رزرو وقت مشاوره، تلفن هوشمند، پرداخت آنلاین، امتیازدهی، محاسبه حق مشاوره، ضبط تماس و امکان حضور مشاوران تحصیلی، مشاوران خانواده، روانشناسی، مشاوران حقوقی، مشاوران شغلی و

سامانه جذب با ما: دستیار سازمان ها در جذب و استخدام افراد شایسته می باشد با نوآوری در اجرای فرآیند جذب و استخدام ابتدا اقدام به مطالعه صنایع نمود و با نیازسنجی در حوزه منابع انسانی با همکاری دانشگاه ها و مراکز آموزشی اقدام به راه اندازی دوره های آموزشی بر اساس تقاضای بازار کار نموده و شرکت کنندگان در دوره های آموزشی به کار معرفی می گردند.

سامانه رشد و نوآوری اجتماعی: اجرای پروژه توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در مناطق کم برخوردار روش اجرا به این صورت هست که ابتدا منطقه زندگی افراد مطالعه می شود و امکان سنجی و ظرفیت سنجی های لازم انجام می شود و آموزش توسعه فردی با تمرکز بر افزایش اعتماد به نفس، خود باوری، تاب آوری و بعد استعدادسنجی و آموزش راه اندازی کسب و کار و کوچینگ جهت حفظ و پایدارسازی کسب و کار.

برند دسترنج: با هدف پایدار سازی کسب و کارها، محصولات تولید شده توسط زنان توانمند سرپرست خانوار با برند دسترنج در فروشگاه های اینترنتی به فروش می رسد.



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

پلتفرم مدرسه زندگی با نوآوری در اجرای فرآیندها در حوزه آموزش، مشاوره و اشتغال خلاق می‌باشد در سامانه رشد و نوآوری دانش آموزان تمایز با نمونه‌های مشابه این است که زیرساختی فراهم شده که دانش آموز پکیچی از خدمات را به صورت یکجا دریافت نماید. تمایز سامانه جذب باما با سایر نمونه‌های این است که اقدامات توانمندسازی کارجو متناسب با نیاز کارفرما انجام می‌شود و با توجه به مطالعه سازمان و مصاحبه و انجام تست‌های کارجو، تناسب علمی و تخصصی و شخصیتی بین کارجو و کارفرما ایجاد می‌گردد. در سامانه رشد و نوآوری اجتماعی تمایز با سایر نمونه‌ها اقداماتی با هدف پایدارسازی کسب و کارها همکاری در بخش فروش محصولات تولید شده می‌باشد.



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

با توجه به اینکه پلتفرم مدرسه زندگی از کودکی تا بزرگسالی همراه افراد جامعه می‌باشد هر سامانه مختص به گروه خاصی هست سامانه رشد و نوآوری دانش آموزان، مخاطب از سن ۵ تا ۱۷ سال دارد که استقبال خوبی انجام شده است مخاطب سامانه جذب باما دانشجویان و کارجویان و سازمان‌ها هستند که مورد توجه قرار گرفته.

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

هسته اصلی پلتفرم ۱۰ نفر از متخصصان حوزه‌های روانشناسی، حقوقی، منابع انسانی و فناوری اطلاعات می‌باشند و حدود ۴۰ نفر به عنوان مشاور و فریلنسر در پلتفرم به صورت دورکاری و آنلاین فعال هستند.

برای آینده چه برنامه‌ای دارید؟

توسعه محصول و تبلیغات و بازاریابی در حال حاضر و آینده داریم





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

حضور در نمایشگاه و شبکه سازی با شرکت هایی که برنامه و هدف مشابه داریم و ارتباط با سازمان‌ها و افراد و ارائه خدمات مورد نیاز مشتریان و در نهایت رضایت کاربران می باشد.

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

نیازمند حمایت های مالی جهت توسعه زیرساخت های محصول و تبلیغات هستیم.

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

افرادی که قصد ورود به حوزه آموزش و مشاوره را دارند ابتدا باید مطالعه بازار هدف و نیازسنجی انجام شود و بعد برنامه ریزی جهت طراحی برنامه صورت پذیرد.

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

ضمن تشکر از زیست بوم شرکت های خلاق که فرصت رشد و پذیرش را برای شرکت های خلاق فراهم نموده اند. امیدواریم حمایت هایی مالی جهت توسعه محصول و امکان تبلیغات و بازاریابی را برای شرکت های خلاق مد نظر قرار دهند.

@schooloflife_96



www.madresezendeginet.com





ویرتین

www.badoma.ir

سامانه بادوما

دوره صف ایستادن به سر آمده!

صف دیجیتالی دکیو

نسل جدید سیستم نوبت دهی و مدیریت صف نوبت!

دکیو روشی جدید و بهینه برای نوبت دهی و مدیریت صف است. با این سیستم نیاز به تهیه استند دستگاه نوبت دهی را از بین می رود و با هزینه کم و در کمتر از یک روز می توانید سیستم نوبت دهی مخصوص کسب و کار خود را راه اندازی کرده و تجربه بهتری برای مشتریان تان رقم بزنید!

شروع با نسخه دمو رایگان

دکیو برای کسب و کارهای مختلف

پلتفرم بادوما یک بستر آنلاین برای خرید و فروش محصولات آموزشی کودکان زیر ۷ سال است. که ناشران و تولید کنندگان محصولات کودک در آن فروشگاه ساخته و محصول خود را می فروشند و بادوما در هر خرید ۱۰ درصد از مبلغ تراکنش را برمی دارد. پیگیری در ارسال محصول تا رسید به دست مشتری و پاسخ به سوالات مشتری از دیگر وظایف بادوماست.

cafebazaar.ir (دانلود از کافه بازار)

خلافکاران ۴۰۰



بازی اکشن جهان باز با حال و هوای ایرانی، می توانید در نقش پلیس مخفی بازی کنید و باند های مجرم رو از پا در بیاورید. تقریباً هر چیز که از یک بازی جهان باز انتظار می رود را می توانید در این بازی مشاهده کنید.

قابلیت های بازی

- گرافیک چشم نواز
- گشت آزاد در فضای بازی
- خط داستانی و مراحل جذاب
- تنوع بالای وسایل نقلیه
- به روز ترین خودرو و موتور سیکلت های ایران و جهان
- شخصیت های متنوع
- اسلحه های فراوان و متنوع

قابلیت های گیم پلی بازی

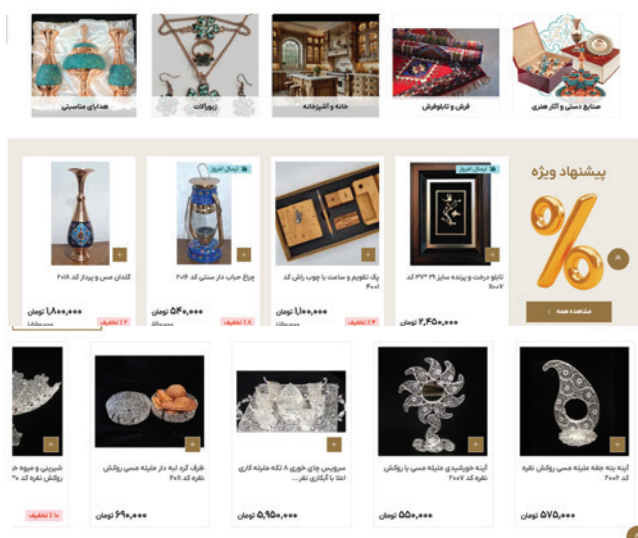
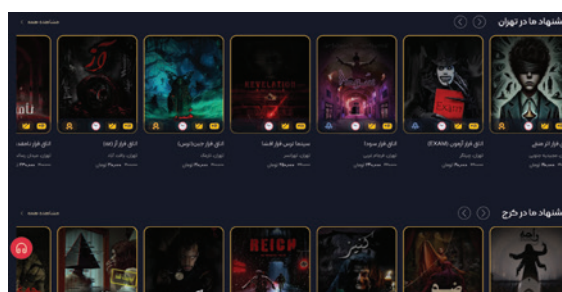
- درگیری رزمی پیشرفته
- فن های رزمی متنوع به همراه آموزش هنر های رزمی
- سوار و پیاده شدن و رانندگی با ماشین و موتور سیکلت
- تیر اندازی

سایت ها و اپلیکیشن های خلاق ایرانی

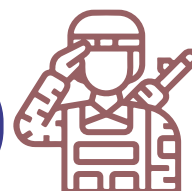
تمامی سرگرمی ها از جمله اتاق های فرار، سینماهای ترس، کافه بازی ها، ایونت ها و بازی های آنلاین با اطلاعات کامل به همراه نظرات کاربران، ویدئوهای معرفی (تیزر) و ... در اختیار کاربران قرار می گیرد و مشتری امکان مقایسه و انتخاب و رزرو بهترین گزینه را خواهد داشت.

این تیم در راستای معرفی سرگرمی اتاق فرار و گسترش فرهنگ آموزش از طریق بازی با دانشگاه های شهید بهشتی و شریف همکاری های موافقی را در قالب برگزاری سمینارها و طراحی بازی ها داشته است.

در کنار این موضوع در زمینه کیفیت سنجی اتاق های فرار متد مشخصی توسط تیم این شرکت طراحی و در مدت ۳ سال در حال اجرا بوده که بتواند در تصمیم گیری به مشتری ها کمک کند.



گروه پرشین مارکت باهدف و تاکید بر فروش صنایع دستی به صورت مستقیم و بدون واسطه، شرایط همکاری با هنرمندان ایران زمین به خصوص بانوان را فراهم ساخته است. صنایع دستی ایران به عنوان یکی از غنی ترین میراث هنری در تاریخ جهان شناخته شده است. تعداد زیادی از هنرمندان محصولات زیبایی را تولید کرده اند که در سراسر جهان شناخته شده است. با توجه به تنوع صنایع دستی در ایران، بازارهای عرضه بیشماری در این زمینه وجود دارد، گروه پرشین مارکت با سابقه ای درخشان یکی از برجسته ترین و معتبر ترین فروشگاه های آنلاین صنایع دستی ایران محسوب میشود. صنایع دستی دنیا به ویژه نمونه های زیبای آن در ایران نه تنها گزینه مناسبی برای هدیه دادن به عزیزان ما است بلکه علاوه بر آن می تواند جلوه و طراحی خاصی به محیطی که در آن قرار میگیرد، ببخشد.



سربازی در شرکت خلاق چگونه است؟

مصاحبه با آقای حمیدرضا فرسم گر

لطفاً خودتان را معرفی کنید.

من حمیدرضا فرسم گر هستم، متولد سال ۱۳۷۷ و ساکن تهران.

در سال ۱۳۹۶ تحصیلات خود را در رشته مهندسی کامپیوتر آغاز کردم و وارد دانشگاه شدم.

این تصمیم با راهنمایی‌های پدر، مادر و خواهرم گرفته شد و از آن‌ها بابت حمایت‌های بی‌دریغ و محبت‌آمیزشان بی‌نهایت سپاسگزارم. پس از اتمام مقطع کارشناسی، در رشته مهندسی نرم‌افزار در مقطع کارشناسی ارشد ادامه تحصیل دادم و اکنون دارای مدرک فوق لیسانس هستم.

در طول دوران تحصیل، علاقه زیادی به برنامه‌نویسی و فناوری داشتم و سعی کردم دانش و مهارت‌های خود را در این حوزه گسترش دهم. از همان سال‌های ابتدایی دانشگاه، در پروژه‌های مختلف برنامه‌نویسی، به‌صورت دور کاری و حضوری شرکت کردم و تلاش کردم تجربیات عملی کسب کنم. این روال ادامه داشت تا فروردین سال ۱۳۹۷ که به‌صورت حرفه‌ای وارد این حوزه شدم. خدا را شاکرم که با مجموعه‌ی دنیاپرداز ژرف آشنا شدم. این مجموعه، با وجود تجربه‌ی کمی که داشتم، به من اعتماد کرد و زمینه‌ی همکاری را فراهم ساخت. دنیاپرداز ژرف فرصت‌های کاری ارزشمندی را در اختیار جوانان و افراد کم‌تجربه قرار می‌دهد و با ارائه‌ی مسیرهای روشن و هدفمند، زمینه‌ی رشد و پیشرفت آن‌ها را فراهم می‌کند.





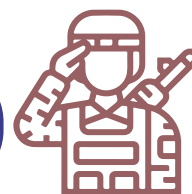
از دوره تحصیل در دانشگاه به فکر خدمت سربازی بودید و نسبت به آن دغدغه داشتید؟

بله بنده از سال اول دانشگاه دغدغه خدمت رو داشتم و به همین دلیل از همان سال های اول دنبال یادگیری حرفه ای خاص بودم و به لطف خدا به صورت حرفه ای برنامه نویسی رو آغاز کردم. بله، از همان سال های آخر دبیرستان و سال اول دانشگاه دغدغه خدمت سربازی را داشتم و تا حدودی با شرکت هایی که تسهیلات امریه ارائه می دهند آشنا بودم و می دانستم برای بهره مندی از این فرصت، باید مهارتی کاربردی داشته باشم. به همین دلیل، از همان ابتدا به دنبال یادگیری یک مهارت خاص بودم. خوشبختانه، با لطف خدا، برنامه نویسی را به صورت حرفه ای آغاز کردم.

شرکتی کار می کنید، شرکت خلاق بود؟

بله، بنده هفت سال است که در شرکت دنیاپرداز ژرف که یک شرکت خلاق در حوزه فناوری اطلاعات و دارای چندین پروژه ملی می باشد، مشغول به فعالیت هستم. جا دارد از جناب آقای دکتر ناصحی، مدیرعامل محترم مجموعه که با تفکر پویا، جوان گرایی و خلاقیت، مسیر رشد و پیشرفت شرکت را برای افرادی مثل من، هموار کرده اند، صمیمانه تشکر کنم. از خداوند بزرگ خواهانم که ایشان را در ادامه ی این مسیر که از سال ۱۳۸۰ با قدرت آغاز کرده اند، یاری کند و توفیق روزافزون نصیبشان فرماید.





چگونه متوجه شدید که تسهیلات برای مشمولانی که در شرکت‌های خلاق مشغول به کار هستند ارائه می‌شود؟

خوشبختانه اطلاع‌رسانی‌های لازم درباره تسهیلات مربوط به شرکت‌های خلاق، هم از طریق پیامک و هم از طریق سایت دبیرخانه خلاق، به خوبی انجام می‌شود. چندین بار پیامک‌هایی برای مدیرعامل شرکت ارسال شده بود و خودم نیز اطلاعات لازم را از طریق سایت دبیرخانه خلاق مطالعه کرده بودم.

همچنین لازم می‌دانم از آقای کرمی و همکارانشان در دبیرخانه خلاق کمال تشکر و قدردانی را داشته باشم. ایشان با دلسوزی و پیگیری مستمر، مانند یک برادر، مرا در تمامی مراحل راهنمایی کردند و کارها را به بهترین شکل ممکن پیش بردند. این حمایت‌ها باعث شد که فرآیند دریافت تسهیلات برای من بسیار ساده‌تر و روان‌تر شود.

مراحل پذیرش چطور بود؟

مراحل پذیرش بسیار آسان و بی‌دردسر بود. تمامی مستندات لازم را از شرکت دریافت کردم و به صورت آنلاین برای دبیرخانه خلاق ارسال کردم. خوشبختانه در مدت زمان کوتاهی، تقریباً سه هفته، جواب درخواست صادر شد و مسیر دریافت امریه به خوبی طی شد.

در شرکت به چه فعالیتی مشغول هستید؟

بنده در طول این هفت سال، وظایف مختلفی از جمله برنامه‌نویسی، تحلیل سیستم‌ها، و طراحی دیتابیس را بر عهده داشتم. در حال حاضر، به عنوان مدیر نرم‌افزار در دپارتمان فنی و مهندسی فعالیت می‌کنم و سعی می‌کنم با ارائه راهکارهای نوآورانه، کیفیت پروژههای شرکت را ارتقا دهم.





تجربه شما به عنوان کسی سربازی خود را در شرکت انجام می دهد، بیان کنید.

با توجه به اینکه دو ماه دوره آموزشی خود را در محیط پادگان گذرانده ام، اکنون ارزش تک تک لحظاتی را که در شرکت مشغول به فعالیت هستم، به خوبی درک می کنم و قدردان این فرصت هستم.

گذراندن دوره سربازی در یک شرکت، به عنوان یک فرصت ارزشمند هست که این امکان رو دارم تا مهارت های خودم رو در محیط واقعی کار به کار بگیرم و فعالیت مفید انجام بدم.

جا دارد در اینجا از همسرم، سرکار خانم مهندس دروکی، صمیمانه تشکر کنم. ایشان در مدت دو ماهی که بنده در پادگان بودم، تمام مسئولیت های من در شرکت را بر عهده گرفتند و با حمایت ویژه خود، نقش بزرگی در پیشبرد امور داشتند تا شرکت با کمترین چالش در پروژه های خود روبه رو شود.

پیشنهاد شما درباره تسهیلات نظام وظیفه که برای فارغ التحصیلان دانشگاهی در نظر گرفته می شود چیست؟

به نظر من، یکی از راهکارهای مهم برای بهبود این تسهیلات، شفاف سازی و اطلاع رسانی دقیق تر درباره شرایط و فرایندهای مربوطه است. اگر دانشگاه ها بتوانند از همان سال های اولیه تحصیل، دانشجویان را با این فرصت ها آشنا کنند، آنها می توانند به صورت هدفمند برای یادگیری مهارت های مورد نیاز اقدام کنند. این کار باعث می شود که پس از فارغ التحصیلی، دانشجویان با آمادگی بیشتری وارد بازار کار شوند و خدمت سربازی خود را نیز در محیطی حرفه ای و بدون دغدغه سپری کنند



www.isti.ir

www.ircreative.isti.ir

www.creativehousenet.ir

واحد پذیرش شرکت های خلاق :



۰۲۱_۸۳۵۳۲۴۷۵

خدمات و خانه های خلاق و نوآوری :

۰۲۱_۸۳۵۳۲۴۷۴



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

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



ircreative@isti.ir

info@creativehousenet.ir