



علم و فناوری منشأ قدرتمندی، ثروت و رفاه کشورها در دنیای امروز است. نوآوری نیز یکی از اصلی ترین موتورهای محرک رقابت پذیری در تمامی عرصه های زیست بشر در دنیای امروز است. نوآوری در عرصه فناوری منجر به شکل گیری رقابت پذیرترین کالاها و خدمات می شود و در عرصه فرهنگی و هنری بنیاد شکل گیری «صنایع خلاق» است. ظرفیت نوآوری از این رو اصلی ترین دارایی بنگاه های بزرگ و پیشروی جهانی است؛ همان گونه که در عرصه نظامی و امنیتی، نوآوری زیرساخت شکل گیری امنیت برای تمامی شهروندان یک کشور و غرور ملی برآمده از قدرت در تمامی ابعاد نرم و سخت است. عرصه فرهنگ و هنر نیز بیش از هر عاملی، نیازمند نوآوری در تولید مفاهیم و باورهای نوین از طریق بازاندیشی های مداوم و همچنین پذیرش مولفه های فرهنگی تولید شده، توسط اعضاء آن جامعه و جوامع دیگر است. علم و فناوری در نهایت در قالب نوآوری تبدیل به خروجی هایی ملموس برای جامعه می شوند.

اردیبهشت ۹۶

برنامه های دولت تدبیر و امید با عنوان «دوباره ایران»

# همه چیز از ها شروع می شود یافته های نو استاد

مروری بر عملکرد ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز  
معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



ریاست جمهوری  
معاونت علمی و فناوری



[www.stdc.isti.ir](http://www.stdc.isti.ir)



مرکز ملی مالکیت فکری  
معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری





# وَهُوَ الْخَلَّاقُ الْعَلِيمُ

أَوَلَيْسَ الرَّجُلُ لَخَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ بِقَدِيرٍ  
عَلَّمَ أَنْ يَخْلُقَ مِثْلَهُمْ بَلَاءً وَهُوَ الْخَلَّاقُ الْعَلِيمُ

آیا کسی که آسمان ها و زمین را ( با آن همه عظمت و عجایب و  
نظامات شگفت انگیز آفریده ) توانایی ندارد که همانند این  
انسان های خاک شده را بیافریند؟ ( و آنها را به حیات و زندگی  
جدیدی بازگرداند ) آری می تواند، او آفریننده آگاه و داناست.





مروری بر عملکرد ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز  
تدوین: ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز  
ناشر: دانش بنیان فناور  
سال نشر: ۱۳۹۶  
نوبت چاپ: اول  
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۸۴۴-۶۲-۶





معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

مروری بر عملکرد  
ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز  
معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



---

ایران اسلامی از نظر اقتصادی به صورتی رشد نماید که بازارهای جهان را از آن خود کند. مهم ترین عامل در کسب خودکفایی و بازسازی توسعه مراکز علمی و تحقیقات و تمرکز و هدایت امکانات و تشویق کامل و همه جانبه مخترعین و مکتشفین و نیروهای متعهد و متخصصی است که شهامت مبارزه با جهل را دارند و از لاک نگرش انحصاری علم به غرب و شرق به در آمده و نشان داده اند که می توانند کشور را روی پای خود نگه دارند.

حضرت امام خمینی (ره) بنیانگذار کبیر انقلاب اسلامی ایران

جلد ۲۱، صفحه ۱۵۸

صحیفه امام خمینی (ره)



---

ارتقاء کمی و کیفی مصرف و تولید محصولات و کالاهای فرهنگی جز با سیاست گذاری های درست و اقدام پیگیر و مستمر و به صحنه آوردن همه ی ظرفیت های ملی این عرصه، ممکن نخواهد شد. باز مهندسی ساختار فعالیت ها و مدیریت های فرهنگی با چنین رویکردی لازمه ی موفقیت در این آوردگاه تاریخی فرهنگی است.

حضرت آیت الله العظمی خامنه ای رهبری معظم انقلاب اسلامی  
حکم دوره جدید اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی مهر ۱۳۹۳



---

اساس شرکت های دانش بنیان این است که علم را به زندگی و جامعه می آورند، علم را به خدمت مردمی که از آن دانش استفاده می کنند در می آورند. به یک معنا، فرهنگ را تبدیل به اقتصاد می کنند، فرهنگ را تبدیل به یک زندگی آرام تر، لذت بخش تر، راحت تر و سالم تر برای جامعه می کنند.

حجت الاسلام و المسلمین دکتر حسن روحانی رئیس محترم جمهوری اسلامی ایران  
نخستین نشست هم اندیشی فعالان دانش بنیان  
مهر ۱۳۹۴



شبکه سازی و دسترسی سریع به اطلاعات، امروز نه تنها یک رویا، بلکه واقعیتی عینی و روزمره محسوب می شود. این امر، دائماً دستخوش تغییرات و تحولات و جهش ها است. واقعیت این است که تحقق برنامه مدرن و راهگشای اقتصاد دانش بنیان، بدون انسجام اجتماعی هرگز میسر نخواهد شد که صنایع فرهنگی و خلاق، بهترین وسایل برای رسیدن به آن خواهد بود. البته این انسجام اجتماعی، باز هم به سرمایه های دیگری نیاز دارد. سرمایه اقتصادی، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی که در کشور ما خوشبختانه تا حد قابل قبولی در دسترس است. اما ما برای درخشندگی بیشتر نیاز به «سرمایه نمادین» هم داریم. «افتخار ملی» یکی از ابزار رسیدن به سرمایه نمادین است.

دکتر سورنا ستاری معاون محترم علمی و فناوری رئیس جمهوری اسلامی ایران  
یادداشت سورنا ستاری  
۱۳۹۵مهر ۱۰



یادداشت دبیر ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز

سید محمد حسین سجادی نیری

تحولات پرشتاب سال های اخیر در عرصه علم و فناوری چنان ژرف و گسترده بوده است که سایر حوزه های حیات جوامع انسانی را هم تحت تأثیر خود قرار داده است. تا جایی که «سبک زندگی» انسان ها در جوامع مختلف تحت تأثیر جدی این شرایط جدید قرار گرفته است. اینجاست که صاحب نظران به جنبه ای جدید از توسعه فناوری توجه نموده اند که بیش از آنکه به دنبال تغییر در طبیعت و مواد و استخراج توانمندی از بزنگاه طبیعت بوده باشد، به دنبال «تغییر در رفتار انسان و مدیریت بهتر و موثرتر جوامع است» که از آن به «فناوری نرم» یاد می شود. اجتماع، اقتصاد و فرهنگ از جمله حوزه هایی هستند که از این فرایند به شدت متأثر شده و متقابلاً بر آن تأثیر گذاشته اند. حاصل پیوند میان علم و فناوری و فرهنگ و اقتصاد پیدایش نوع جدیدی از فناوری های نرم است که با عناوین گوناگون نظیر صنایع فرهنگی، فناوری های فرهنگی و صنایع خلاق نام گذاری شده اند. اگر چه می توان به استناد برخی متون علمی میان صنایع فرهنگی و صنایع خلاق، تمایزاتی قائل شد اما وجه مشترک همگی آنان رویکرد فناورانه - تجاری به حوزه فرهنگ و الگوهای نوین و خلاق کسب و کار است.

صنایع فرهنگی و خلاق در دهه های اخیر به یکی از مهمترین منابع ایجاد ثروت در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تبدیل شده اند. متوسط نرخ رشد این صنایع از بسیاری از فناوری های سخت پیشی گرفته و بسیاری از مطالعات صورت گرفته در حوزه آینده پژوهشی علم و فناوری، مؤید نقش تعیین کننده و حیاتی این فناوری ها در آینده بشر است. فناوری هایی که به صورت توأمان برخوردار از جنبه های ملموس و ناملموس هستند و طیف وسیعی از علوم و مهارت ها را در جهت تولید محتوا به کار می گیرند؛ علوم انسانی و هنر، علوم مهندسی، علوم پایه، دانش های ضمنی و ... همگی در پی ریزی صنایع فرهنگی نقش داشته و محصولات نهایی این صنایع هم نه صرفاً ابزارهای فنی و کالاهای تجاری، بلکه همزمان حاملان محتوای ذهنی و فرهنگی محسوب شده و در نتیجه نسبت به فناوری های سخت واجد اهمیت مضاعف هستند.

همین ویژگی های ممتاز و اساسی یعنی بروندهای تجاری منحصر به فرد و رو به گسترش صنایع فرهنگی و خلاق در آینده اقتصاد جهانی، ماهیت بینارشته ای، ذوابعاد بودن صنایع مزبور و... توسعه و پیشبرد این صنایع را به یک ضرورت اجتناب ناپذیر برای هر کشوری تبدیل می کند که در صدد حضور قدرتمند و فعال در عرصه مبادلات، مراودات، معاهدات و مناقشات جهانی است و می خواهد برای رفع چالش های اقتصادی و فرهنگی و اجتماعی اکنون و آینده، چاره جویی و برنامه ریزی کند.

کشور ما به پشتوانه میراث فرهنگی درخشان تمدن ایرانی - اسلامی از موقعیتی خاص و مزیت رقابتی مهمی برای توسعه صنایع فرهنگی و خلاق برخوردار است. ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز به عنوان ستاد متولی توسعه فناوری های نرم، فرهنگی و صنایع خلاق در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با هدف ایجاد بستر مناسب و رفع موانع موجود بر سر راه توسعه این فناوری ها و صنایع در ایران تأسیس شد. این ستاد در مقام یک نهاد بالادستی و تسهیلگر در طی چهار سال گذشته با انجام اقدامات گسترده ای در سطوح مختلف همچون سیاست گذاری و تعامل با سایر نهادهای مرتبط برای تدوین آئین نامه ها و چارچوب های قانونی، ایجاد زیرساخت های فنی، بسط گفتمان صنایع فرهنگی در میان نخبگان و توده مردم، حمایت مالی و معنوی از پروژه های فناورانه - تجاری حوزه صنایع فرهنگی، مساعدت در ایجاد نهادهای موثر در زیست بوم توسعه صنایع خلاق و ... تلاش کرده است تا وضعیت صنایع فرهنگی و خلاق را در ایران به جایگاهی شایسته و متناسب با امکان های بالقوه آن ارتقاء بخشد.

گزارشی که پیش رو دارید شرح بخششی از فعالیت ها و اقدامات این ستاد طی سالهای گذشته است. امیدوارم صاحب نظران، دانش گاهیان، سرمایه گذاران و کارآفرینان مرتبط با صنایع خلاق و فرهنگی ضمن مطالعه این گزارش، ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز را از پیشنهادات و انتقادات سازنده خود بهره مند سازند.



### فصل اول:

جایگاہ ستاد توسعه فناوریک ہاک نرم و ہویت ساز در زیست بوم فناوریک کشور

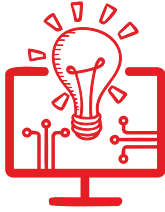
- معاونت علمے و فناوریک ریاست جمہورک
- ستاد توسعه فناوریک ہاک نرم و ہویت ساز
- اثرگذارک فناوریک ہاک نرم بر حوزہ ہاک حیات اجتماعے



### فصل دوم:

فناورک ہاک نرم و صنایع خلاق

- فناوریک
- صنایع فرہنگے
- صنایع خلاق
- زیست بوم فناوریک و صنایع فرہنگے
- اقتصاد حوزہ ہاک فرہنگے
- جایگاہ فعلے صنایع فرہنگے در جہان
- اولویت ہاک صنایع فرہنگے و فناوریک ہاک نرم



### فصل سوم:

کارگروہ صنایع خلاق

- برنامه حمایت از توسعه شرکت ہاک خلاق
- صنایع خلاق و فرہنگے
- الگوہاک نوین کسب و کار
- حمایت ہاک قابل ارائہ بہ شرکت ہاک خلاق



۲۳

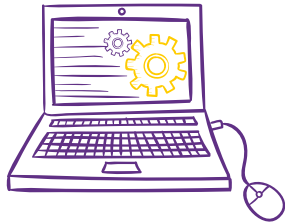


## فصل چہارم:

حمایت از طرح ہا کہ فناوریہ و تجارت کہ

- ترویج و گفتمان ساز کہ
- حمایت در راستا کہ آموزش
- حمایت از ایجاد زیر ساخت و تجهیز مراکز رشد و شکوفایی
- حمایت در راستا کہ برگزار کہ رویداد ہا کہ استار آپے، کار آفرینی، ہمایش و مسابقہ
- ایجاد نمونہ موفق
- همکاری ہا کہ بین المللی

۱۳۳



## فصل پنجم:

سیاست گزار کہ توسعه فناوری کہ ہا کہ نرم و ہویت ساز

- سیاست گزار کہ توسعه راہبرد کہ فناوری کہ
- چشم انداز صنایع فرہنگی و فناوری کہ ہا کہ نرم
- سیاست ہا
- اہداف
- راہبر دہا و اقدامات ملے
- نگاہ بہ آیندہ



فصل يكم

جایگاه ستاد توسعه فناوریک هاك نرم  
و هویت ساز در زیست بوم فناوریک کشور

صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری های نرم با قابلیت تولید دوهزار 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. گسترش نفوذ فرهنگی و تقویت جایگاه کشور در عرصه های بین المللی، حراست از هویت ملی و متمایزسازی فرهنگ ملی در برابر فرهنگ های بیگانه و فرآیند جهانی سازی، توسعه اجتماعی و احیا و ترویج سبک زندگی اسلامی - ایرانی، بهره مندی از فناوری های اجتماعی در راستای رفع معضلات کشور و ارتقای کیفیت حکمرانی، افزایش سطح دسترسی عموم شهروندان به خدمات و محصولات فرهنگی بومی، توسعه اقتصاد مقاومتی از طریق کمک به گذار از اقتصاد منبع پایه تک محصولی به اقتصاد خلاق و دانش بنیان و همچنین فرهنگ زایی، مقاومت در برابر تهاجم فرهنگی و توسعه فرهنگ انقلاب اسلامی از آثار توسعه صنایع فرهنگی و فناوری های نرم است.

با توجه به تأکیدات مقام معظم رهبری بر اهمیت راهبردی و اقتصادی صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری های نرم، پیچیدگی این حوزه، متولیان متعدد و لزوم همگرا کردن آن ها و همچنین با توجه به اینکه «فناوری های نرم و فرهنگی» جزو اولویت های الف توسعه فناوری در نقشه جامع علمی کشور قرار گرفته، اقدام ملی ۵ ذیل راهبرد کلان ۹ از نقشه مهندسی فرهنگی مبنی بر تدوین و اجرای سند توسعه صنایع فرهنگی و هنری کشور به این موضوع پرداخته است.



امروزه توسعه علم و فناوری یکی از مهم‌ترین شاخص‌های توسعه کشورها محسوب می‌شود و بر همین اساس معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در دولت تدبیر و امید همت کرده است تا در این راه سخت و پیچیده و با کمک گرفتن از سرمایه‌های انسانی و دانشی در برنامه‌های توسعه کشور حرکتی از اقتصادی مبتنی بر منابع نفتی به سمت اقتصادی دانش بنیان و صادرات محور را آغاز کند. در این مسیر، علیرغم تمام دشواری‌ها و پیچیدگی‌های ساختاری، فرهنگی و اجرایی پیشروی شکل‌گیری اقتصاد دانش بنیان، تلاش شده است تا با تدوین سیاست‌های جامع و جلب مشارکت ذینفعان کلیدی در بخش‌های دولتی، عمومی و خصوصی گام‌های موثری در راستای شکل‌گیری اکوسیستم نوآوری در فضای اقتصادی و اجتماعی کشور برداشته شود.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان نهادی فرابخشی در بدنه اجرایی دولت، مأموریت اساسی خود را در حوزه‌های مختلفی چون توسعه تجاری‌سازی فناوری، افزایش توان دیپلماسی فناوری، توسعه فرهنگ اقتصاد دانش بنیان و مشارکت فعال در سیاست‌گذاری و فرهنگ‌سازی حوزه علم و فناوری و نوآوری و دیگر محورهای کلیدی تعریف کرده است.



سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور و رئیس بنیاد ملی نخبگان

یکی از اولویت‌های اساسی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان دستگاهی فراسازمانی، سیاست‌گذاری، تسهیل‌گری، حمایت و هماهنگی برای توسعه فناوری‌های راهبردی بر اساس اولویت‌های نقشه جامع علمی کشور و با در نظر گرفتن نیازها و مسائل فناورانه است. در این راستا معاونت اقدام به تاسیس ۱۵ ستاد توسعه فناوری نمود. همچنین در راستای اصلاح فرهنگ اقتصادی و علمی جامعه به عنوان زیرساخت اساسی و الزام برای موفقیت کشور در عرصه اقتصاد دانش بنیان و دستیابی به اهداف نظام در حوزه گذار از اقتصاد نفتی به اقتصاد دانش بنیان ستاد توسعه فرهنگ علم، فناوری و اقتصاد دانش بنیان نیز تشکیل گردید.

جدول ستادهای توسعه فناوری

ستاد توسعه فناوری نانو	۱
ستاد توسعه زیست فناوری	۲
ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی	۳
ستاد توسعه فناوری حوزه انرژی	۴
ستاد توسعه فناوری و صنایع دانش بنیان هوایی و هوانوردی	۵
ستاد توسعه علوم و فناوری های سلول های بنیادی	۶
ستاد توسعه فناوری آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست	۷
ستاد توسعه فناوری اطلاعات، ارتباطات و میکرو الکترونیک	۸
ستاد توسعه علوم و فناوری های شناختی	۹
ستاد توسعه فرهنگ علم، فناوری و اقتصاد دانش بنیان	۱۰
ستاد توسعه فناوری صنایع دانش بنیان دریایی	۱۱
<b>ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز</b>	<b>۱۲</b>
ستاد توسعه فناوری مواد و ساخت پیشرفته	۱۳
ستاد توسعه فناوری های لیزر، فوتونیک و ساختار های میکرونی	۱۴

همانطور که علوم و فناوری‌های سخت به شکل‌گیری و توسعه‌ی خانواده‌ی بزرگ صنایع سخت (صنایع غالباً کارخانه‌ای) منتهی می‌شوند، علوم و فناوری‌های نرم نیز صنایع نرم را شکل می‌بخشند؛ صنایعی که محصولات و خدمات حاصل از آن‌ها به اعتلای انسان، افزایش کیفیت زندگی و تسهیل رابطه‌ی او با محیط پیرامون کمک می‌کنند.

صنایع نرم انواع مختلفی دارند که یکی از مهمترین شاخه‌های آن را صنایع «خلاق و فرهنگی» تشکیل می‌دهند. این صنایع روی هم رفته «اقتصاد خلاق» را شکل می‌دهند. صنایع خلاق و فرهنگی، در طول چند سال اخیر به قدری توسعه پیدا کرده‌اند که برخی آینده‌پژوهان، موج چهارم در فراسوی عصر اطلاعات و دانایی را موج خلاقیت یا عصر صنایع خلاق و فرهنگی می‌دانند. در همین راستا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اقدام به تشکیل ستادی به نام ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز نموده تا در این حوزه یکپارچگی‌های لازم برای توسعه و تجاری‌سازی فناوری‌های نرم و هویت‌ساز صورت پذیرد.

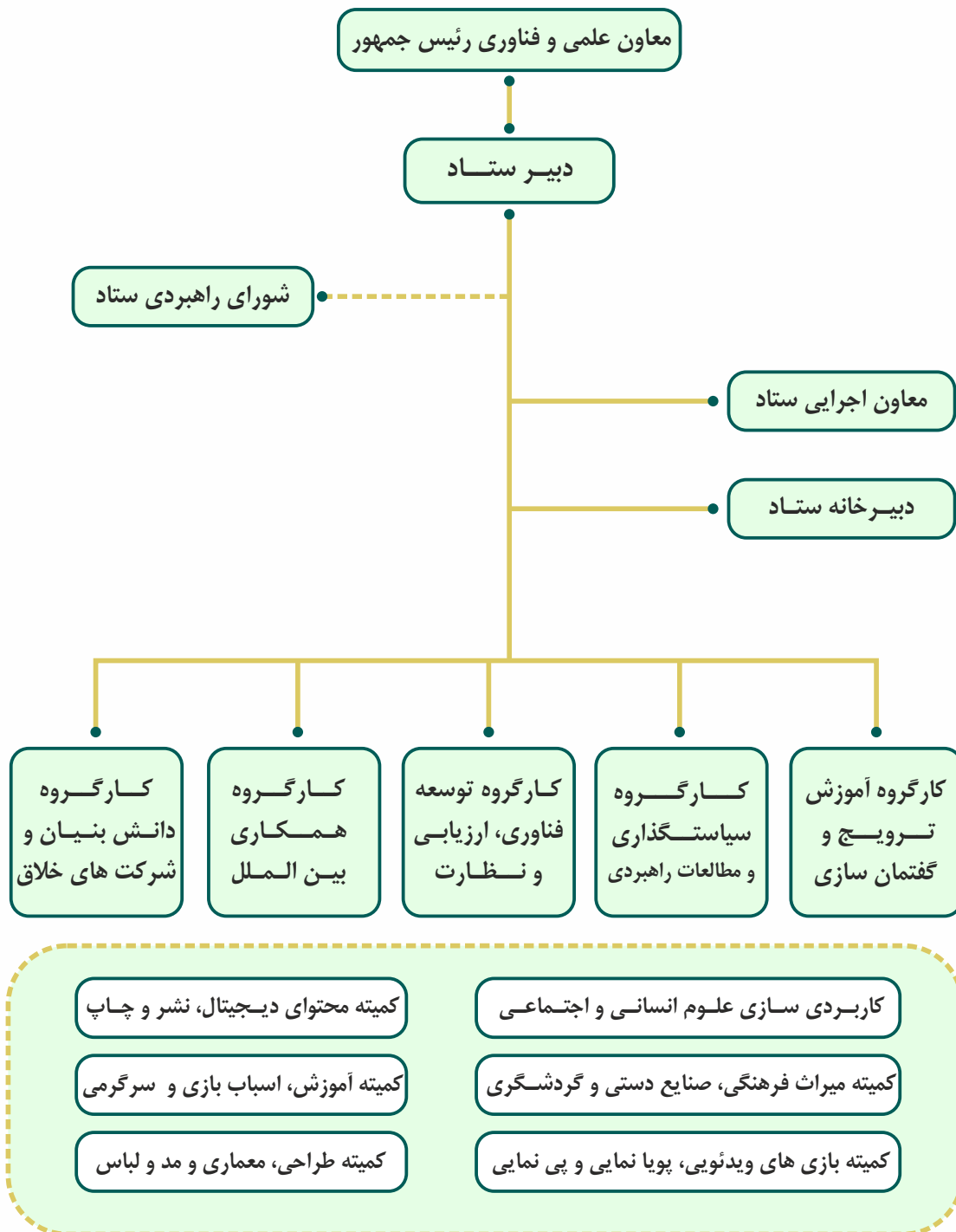
در شروع دولت دوازدهم در راستای افزایش اثر بخشی و هم‌راستایی محتوایی و یکپارچه‌سازی ستاد‌های حوزه انرژی، ستاد نوآوری نفت، گاز و ذغال سنگ، ستاد توسعه فناوری انرژی‌های تجدیدپذیر و ستاد توسعه فناوری بهینه‌سازی انرژی و محیط زیست ادغام و ستاد حوزه انرژی تشکیل گردید.

### ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز

در آینده بنیهِ و دارایی‌های نرم و فرهنگی ملت‌هاست که جایگاه و اقتدار آن‌ها را رقم خواهد زد. پیشرفت‌های شگرف علوم و فناوری‌های سخت در طول قرن بیستم که به شکوفایی اقتصادی جوامع به اصطلاح پیشرفته انجامید، نیازهای ذاتی بشر را تا آنجا ارضاء کرد که بتواند به نیازهای عالی‌تر - نیازهای روحی و روحانی - خود بپردازد. پاسخگویی به این نیازها مستلزم توسعه‌ی شاخه‌ی نوینی از علوم و فناوری‌ها موسوم به علوم و فناوری‌های نرم و فرهنگی است که هدف آن‌ها شناخت هرچه بیشتر جنبه‌های ذهنی و روحی انسان و یافتن راه‌هایی به منظور اعتلای ذهنی و روحی او و همچنین تنظیم رابطه‌ی بهتری فی‌مابین او و محیط پیرامون است؛ محیطی که به اقتضای پیشرفت علوم و فناوری‌های سخت هر روز پیچیده‌تر می‌شود.







## کارگروه ها



### کارگروه آموزش، ترویج و گفتمان سازی

ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز با توجه به ضرورت آشنایی نخبگان و علاقه مندان با حوزه های فناوری های نرم، برخی اقدامات ترویجی را در اولویت های فعالیت های خود قرار داده است. حمایت مادی و معنوی از تألیف و ترجمه متون معتبر علمی و نشریات علمی - تخصصی با هدف ترویج گفتمان صنایع فرهنگی و نرم در محیط های دانشگاهی و محافل علمی، تولید برنامه های تبلیغاتی تلویزیونی و رادیویی با هدف معرفی فناوری های نرم و فرهنگی به مخاطبین عام، حمایت از جشنواره ها و سمینارهای مرتبط با این حوزه با هدف ترویج گفتمان صنایع فرهنگی در میان مدیران دولتی، متخصصین و کارآفرینان و سرمایه گذاران بخش خصوصی و... از جمله اقدامات صورت گرفته در برنامه های این کارگروه است.

### کارگروه سیاست گذاری و مطالعات راهبردی

این کارگروه با هدف تجزیه و تحلیل واقعیت های موجود، شناسایی چالش ها و مشکلات، گردآوری آمار و ایجاد بانک های اطلاعاتی مورد نیاز برای سیاست گذاری موثر، پایش تحولات و روند های داخلی و بین المللی در حوزه فناوری های نرم، بررسی سیاست گذاری فناوری کشورهای پیشرو و تدوین برنامه های راهبردی و بلند مدت برای توسعه حوزه فناوری های نرم در کشور متناسب با نیازهای جاری و آتی که لازمه پیاده سازی اقتصاد مقاومتی می باشد، تشکیل شده است. اهداف مذکور در قالب رئوس برنامه های زیر پیگیری خواهند شد:

## کار گروه دانش بنیان و شرکت های خلاق

این کار گروه با هدف تسهیل در فرایند دانش بنیان نمودن شرکت های فعال در حوزه صنایع خلاق ایجاد شده است. با توجه به ماهیت فناوری های نرم و تفاوت آن با سایر فناوری ها، لزوم ایجاد کار گروه دانش بنیان به صورت تخصصی در این حوزه حیاتی است. بر اساس اقدامات و فعالیت های انجام شده از سوی کار گروه دانش بنیان تا به حال لیست کالا و خدمات برخی از محصولات صنایع فرهنگی از جمله اسباب بازی، انیمیشن و غیره استخراج گردیده است. از آن جایی که آیین نامه ها و قوانین موجود جهت دانش بنیان نمودن شرکت ها شامل تمامی محصولات صنایع خلاق نمی گردد در راستای حمایت از شرکت های فعال و پوشش حوزه های این صنعت، کار گروه حمایت از شرکت های خلاق جهت توسعه زیست بوم نوآوری و کارآفرینی در کشور و ارتقاء سهم شرکت های خلاق در اقتصاد و کسب و کارهای نوین جهت ارائه خدمات و تسهیل فعالیت این شرکت ها تشکیل گردید.

## کار گروه همکاری بین الملل

یکی از روش های متداول برای همکاری فناوری در کشور، اکتساب فناوری های مناسب و مورد نیاز از منابع خارجی است. همکاری فناوری گرچه در نگاه اول ساده به نظر می رسد اما ظرافت ها و پیچیدگی های زیادی دارد که اگر به آن ها توجه نشود، می تواند مضرات فراوانی از جمله تضعیف بنیه بومی توسعه فناوری را در بر داشته باشد. ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز به منظور سیاست گذاری و مدیریت هوشمندانه فرآیندهای انتقال فناوری در کشور کار گروه بین الملل را ایجاد کرده است. رویکرد اصلی ستاد در خصوص همکاری های بین المللی، ایجاد

- ✓ افزایش تولید و سهم خدمات و محصولات نرم و فرهنگی در اقتصاد ملی
- ✓ ارتقا سازوکارهای سیاست گذاری و نهادینه سازی گفتمان فناوری های نرم در کشور
- ✓ ارتقا و بهره برداری از سرمایه های دانشی و انسانی کشور در حوزه فناوری های نرم
- ✓ توسعه نقش آفرینی و همکاری های بین المللی در زمینه فناوری های نرم
- ✓ بهبود زیرساخت های نهادی توسعه و تجاری سازی فناوری های نرم

## کار گروه توسعه فناوری، ارزیابی و نظارت

این کار گروه با هدف بررسی، نظارت و ارزیابی طرح های ارسال شده به ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز با توجه به شرح ماموریت ها و وظایف معاونت علمی و فناوری و ستاد تشکیل شده است. بررسی کلیه طرح های ارسال شده با مطالعه دقیق طرح مکتوب، گفتگوی شفاهی با مجری یا مجریان و برگزاری جلسه حضوری با مشارکت ایشان مورد سنجش قرار گرفته و ابعاد فناورانه و فرهنگی و تجاری آنان به دقت تجزیه و تحلیل می شود و بر این اساس حمایت مادی یا معنوی از طرح در صورت برخوردار بودن از معیار های مورد نظر در دستور کار قرار می گیرد همچنین ارزیابی و کنترل پروژه در حین اجرای طرح تا خروجی نهایی طرح همراه با مشاوره های متخصصان ستاد جهت افزایش بازدهی طرح ها در ادامه روند کار صورت می گیرد.



- هدف گذاری، اولویت بندی و سیاست گذاری امور ستاد
- روزآمدسازی و بازنگری در سند توسعه فناوری های نرم به منظور تصویب در مراجع ذی ربط
- ارزیابی دستاورد ها و پیامد های سیاست های ستاد در حوزه فناوری های نرم و هویت ساز

بستر مناسب برای فعالیت شرکت های نوآور در حوزه صنایع خلاق است. به بیان دیگر کارگروه بین المللی می کوشد شرایط، امکانات و زیرساخت مناسب برای نقش آفرینی شرکت های نوآور فعال در حوزه فناوری های فرهنگی ایرانی در عرصه بین المللی را هموار نماید.

### شورای راهبردی ستاد

در راستای هدف گذاری، اولویت بندی و سیاست گذاری امور ستاد در حوزه ی برنامه ها و سیاست های فناوری های نرم و هویت ساز و استفاده از نظرات مدیران بخش های دولتی و خصوصی مرتبط و خبرگان و صاحب نظران شورای عالی ستاد تشکیل گردید. به طور خلاصه، مسئولیت های شورا عبارتند از:

معاون علمی و فناوری رئیس جمهور در مقام رئیس ستاد، دبیر ستاد را منصوب می نماید. در حال حاضر این شورا، متشکل از ۷ عضو حقیقی و ۶ عضو حقوقی می باشد. اعضای حقیقی شورا نیز ۷ نفر از صاحب نظران اقتصاد فرهنگ و هنر از حوزه و دانشگاه، نمایندگان اصناف، سازمان های مردم نهاد (سمن ها)، بنگاه های خصوصی و دیگر فعالان صنایع خلاق و فرهنگی در سطح ملی می باشند.



جلسه شورای راهبردی ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز

## حیات اجتماعی

فناوری های نرم، فراتر از ابعاد فنی و اقتصادی، دارای اثرات گسترده فرهنگی و اجتماعی و سیاسی هستند. این وضعیت پیچیده به فناوری های مذکور اهمیت حیاتی و ویژه ای می بخشد که آن را از فناوری های سخت متمایز می سازد. چند بعدی بودن و پیچیدگی فناوری های نرم آن را شایسته مذاقه و بررسی موشکافانه تری می سازد، البته ارائه تعریف جامع و مانع از فناوری های نرم بسیار دشوار است، زیرا با توجه به ماهیت پویا و مناقشه برانگیز این فناوری ها، تعریفی که از سویی تمامی حوزه های قابل احصاء در ذیل فناوری های مزبور را شامل شود و از سوی دیگر مرزهای مشخص و قاطعی با فناوری های سخت برقرار کند ناممکن است.

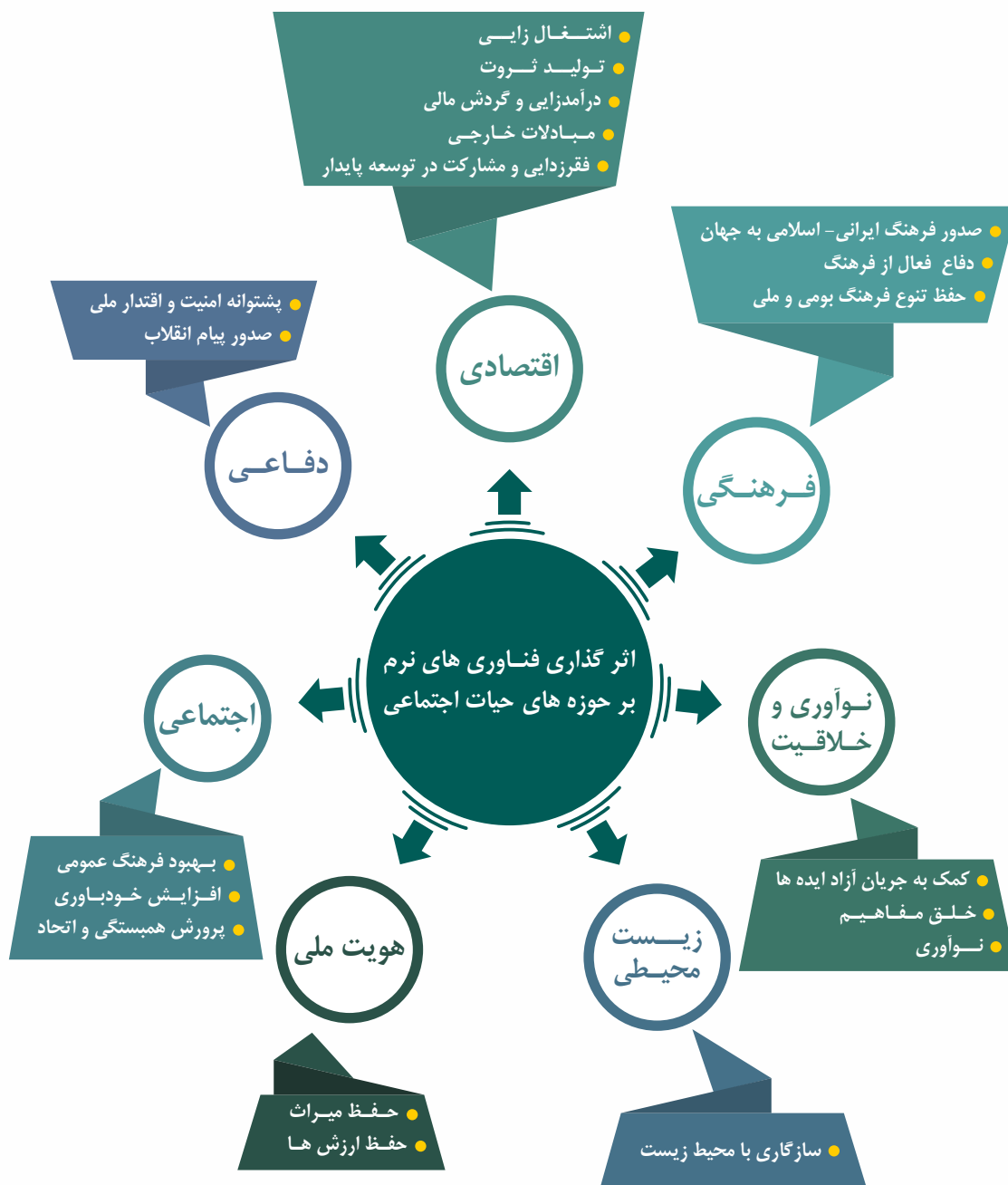
آنچه که ما در این نوشته ذکر می کنیم براساس مستندات کنونی است که با گذر زمان و توسعه تکنولوژی چه بسا نیازمند بازاندیشی باشد. به عنوان مثال این امر قابل تصور است که حوزه های جدیدی نیز به فهرست کنونی اضافه شده و اثرات عمیق تری بر این نوع فناوری ها مرتب گردد.

اساس اقتصاد فرهنگی، دارایی های خلاق است که قابلیت اقتصادی شدن دارند. مجموعه ای از فعالیت های اقتصادی دانش بنیان که دارای ابعاد توسعه ای بوده و با کل اقتصاد در ارتباط است. نمودار زیر تاثیر مستقیم و غیر مستقیم تعیین کننده فناوری های نرم بر قلمرو های متفاوت زندگی را نشان می دهد. فناوری های نرم گزینه ای برای توسعه نوآوری است، که اقدامات بین وزارتخانه ای و حمایت های سیاسی را در ابعاد مختلف طلب می کند.

کلیه فعالیت ها و اقداماتی که در رابطه با توسعه و ارتقای فناوری های نرم و صنایع خلاق موضوعیت پیدا کند در چارچوب شرح وظایف و ماموریت های ستاد جای می گیرد. اهم این فعالیت ها به شرح ذیل می باشد:

- سیاست گذاری اجرایی، برنامه ریزی، هماهنگی و نظارت و ایجاد ارتباطات بین دستگاهی، تقسیم کار بین دستگاه ها و رصد اقدامات بر اساس سند؛
- بررسی سالانه تحولات داخلی و بین المللی صنایع فرهنگی و ارائه پیشنهاد اصلاحات لازم برای بازنگری و به روزرسانی سند؛
- تهیه و تدوین برنامه عملیاتی و نقشه راه اجرایی سازی سند در هر سال؛
- حمایت مادی و معنوی علمی، اطلاعاتی، تسهیل گری از شرکت های دانش بنیان و طرح های فناورانه و تجاری سازی آن ها مبتنی بر آیین نامه های مصوب در شورای ستاد؛
- ایجاد هماهنگی و هم افزایی بین دستگاهی برای دستیابی به اهداف سند؛
- هدایت و هماهنگی منابع و امکانات مالی و سرمایه های انسانی کشور در حوزه صنایع فرهنگی؛
- تدوین شاخص های مورد نیاز پایش سند و نظارت بر آن؛
- پایش شاخص ها و ارائه گزارش سالانه
- ارزیابی مستمر و نظارت بر حسن اجرای برنامه های محول شده به دستگاه ها و نظارت بر جذب، تفکیک و تخصیص بودجه و ارائه گزارش







## فصل دوم



فناورک ھاگ نرم و صنایع خلاق

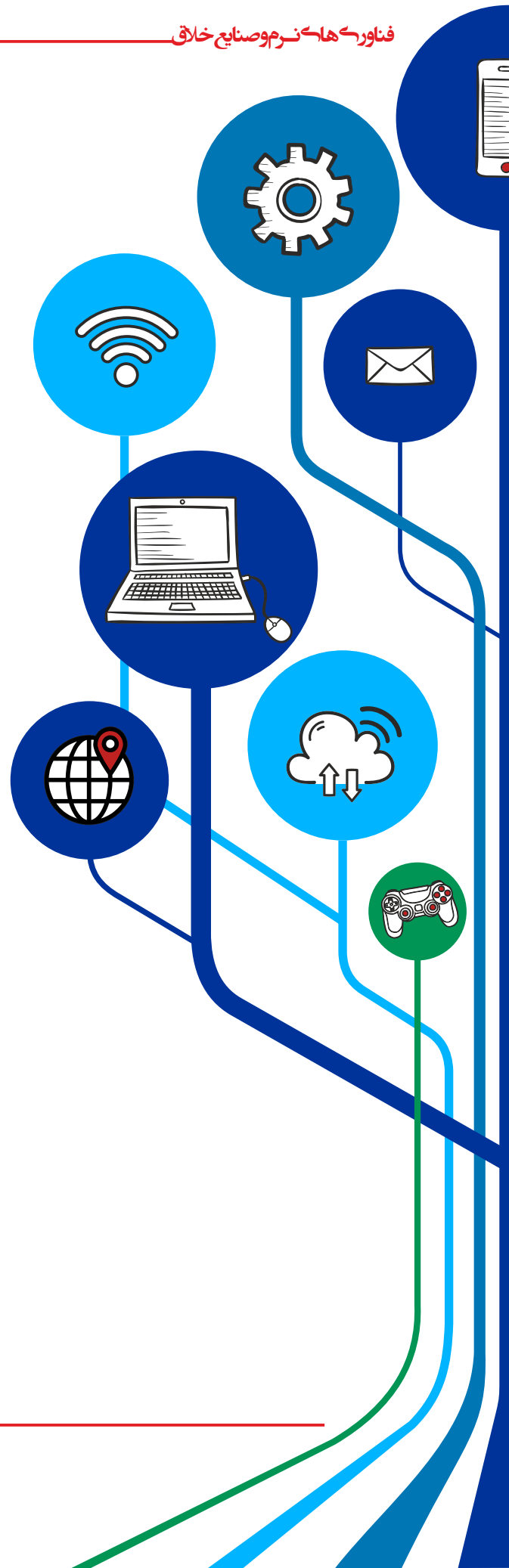


فناوری معادل واژه انگلیسی تکنولوژی (Technology) است. تکنولوژی از دو لغت یونانی Techne و Logia تشکیل شده است اولی به معنای فن و هنر و دومی به معنای شناسایی، خرد و دانش است. یونانیان هم هنر و هم فن را تخنه می نامیدند یعنی هر نوع قابلیت که حقیقت را ظاهر کند، تخنه به عنوان دانشی تجربه شده به شیوه یونانی، نوعی پدیدآوری یا ایجاد موجودات است؛ زیرا موجودات را از کتم عدم به صحرائی وجود می آورد و به طور مشخص آنان را وارد عیانی ظهورشان می سازد. بر پایه این تبارشناسی واژه، فناوری را می توان تلفیق دانش (به معنای موسع کلمه و نه علوم به معنای متداول دانشگاهی) با فن، مهارت و هنر نامید؛ یعنی کلیه روش ها، ابزارها و فرایندهایی که دانش را در جهت ایجاد تغییر و تحول در محیط بیرونی اعم از ساختن ابزار و وسایل و ارائه خدمات به کار می گیرد.

اگر چه از آغاز شکل گیری تمدن بشری ساختن ابزار و وسایل و ارائه خدمات و... برای تسهیل شرایط زیستی توسط انسان ها صورت گرفته است اما در سیر تاریخی حیات انسان بر کره زمین می توان مقاطعی را به عنوان دوران های گسست و نقاط عطف این فرایند تعیین نمود. رویداد انقلاب صنعتی که در طلایع عصر جدید رخ داد یکی از مهمترین این دوران هاست. با انقلاب صنعتی، جهان نگرى مدرن که طبیعت را خادم و ماده تصرف بشر می دید تبلور بیرونی یافت و دگرگونی های ژرفی در نظام معیشتی و صورت بندی های اجتماعی جوامع انسانی ایجاد شد. حدود یک قرن بعد در نیمه پایانی قرن نوزدهم و ابتدای قرن بیستم جهان شاهد انقلاب صنعتی دوم بود که در نتیجه آن قدرت تکنیکی بشر بیش از پیش افزایش یافت و بر این مبنا انواع فناوری ها تعریف شدند.

اما از اواخر قرن بیستم و به ویژه در قرن بیست و یکم، « موج سومی » در دریای پرتلاطم فناوری ظاهر شد که تلقی رایج از فناوری را دستخوش تحول بنیادین کرد. این بار نه فقط قدرت اثرگذاری ملموس و مادی فناوری بلکه محل تأثیر، آن از طبیعت به انسان تغییر پیدا کرده و نوع تازه ای از فناوری ها که با اسامی گوناگون نظیر فناوری های نرم، فناوری های نوظهور، صنایع خلاق و... نام گذاری شده اند، پا به عرصه حیات نهاندند.

✓ فناوری نرم، مجموعه ای از هنجارها، رویه ها، مقررات، نهادها و سامانه های دانشی را در برمی گیرد که رفتار انسان و نیازهای روحی-روانی، فرهنگی و اجتماعی او را هدف قرار داده و موجبات کارایی و اثربخشی مطلوب تر فناوری های سخت را فراهم می سازد. ویژگی بارز فناوری نرم آن است که به جای بهره گیری از مواد اولیه طبیعی و معدنی از برون داد های فکری و خلاقیت انسان که ماهیت نوآورانه، فرهنگی و هنری دارد؛ استفاده می کند. با توجه به این تعریف می توان به این نتیجه رسید که در تکوین و بسط یک تمدن فناوری های نرم نقش مؤثر و تعیین کننده ای ایفاء می کنند زیرا تربیت و آموزش انسان ها و سوق دادن آن ها به سمت یک نظام رفتاری خاص که چه بسا امری ذاتی و بدیهی انگاشته شود در حالی که برساخته ای فناورانه و طراحی شده است اساس شکل گیری نظم های مدنی است اگر چه تعبیر فناوری نرم در ادبیات علمی جهان به نحو وسیعی مورد استفاده قرار نگرفته است اما مدل های متنوع آن در آراء اندیشمندان مختلف و سنت های فکری گوناگون به تفصیل واکاوی شده است. بر این اساس به نظر می رسد مصادیق فناوری های نرم وضوح و نمود بیشتری در قیاس با خود مفهوم دارند به عبارت دیگر شباهت خانوادگی میان اشکالی از فناوری که قابل احصاء در ذیل مفهوم کلان فناوری نرم هستند در نگرش عمومی مورد امعان نظر قرار نمی گیرد.



در نتیجه انواع فناوری های نرم به مثابه حوزه هایی مستقل از یکدیگر دیده شده و متافیزیک مشترکی که رشته پیوند میان آنان است مغفول واقع می گردد. فناوری نرم بنا به ماهیت غیر مادی خود از چنان پویایی برخوردار است که حتی تعیین دقیق اقسام آن را دشوار می سازد اما با توجه به مستندات علمی موجود می توان از فناوری های اجتماعی، تکنولوژی های شهروندی و مهندسی و برنامه ریزی اجتماعی، فناوری های اقتصادی و تجاری، فناوری های حکمرانی و مدیریت سیاسی و فناوری های فرهنگی به عنوان مهمترین انواع فناوری های نرم یاد کرد.

✓ نظام نوآوری صنایع و محصولات فرهنگی، شبکه ای است از نهادها، شامل کنشگران، سازمان ها، فرآیندها، راهکارها و همچنین، رفتارها و روابط بین آن ها که در تبدیل معرفت و گنجینه معانی، باورها و ارزش های اسلامی-ایرانی-انقلابی از عرصه نظر به عرصه عمل؛ به واسطه جذب، تولید، انتشار و به کارگیری ایده و دانش در تولید نمادها، محصولات، ابزارها و روش های جدید یا بسیار بهتر شده مؤثر بر فرهنگ، احساسات، خواست های زیبایی شناسی و تقاضای فکری جامعه، نقش آفرینی می نمایند. این نظام، به موازات تأثیرگذاری فرهنگی و اجتماعی، مزیت های اقتصادی چشمگیری را نیز به دنبال دارد.

✓ محصولات فرهنگی بومی، عبارت است از محصولات منطبق با ویژگی های فرهنگی اسلامی-ایرانی و انقلابی

✓ فناوری های اجتماعی، فناوری نرمی است که تعامل بین افراد را از طریق فناوری تسهیل کند؛ فضا، ابزار و امکانات را برای بهره مندی از رایانش اجتماعی یا به اشتراک گذاری دانش

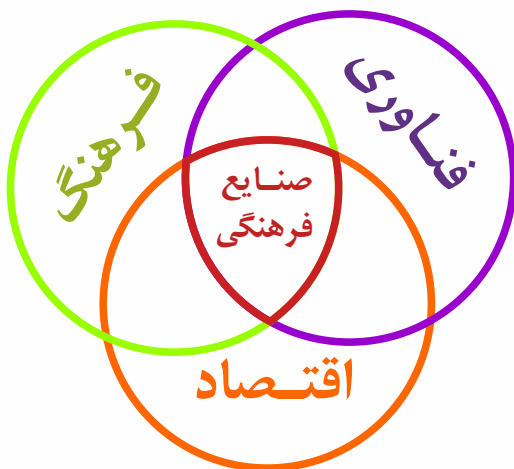
و اطلاعات در موضوعات مختلف فراهم آورد یا از طریق طراحی و به کارگیری سازوکارها، رویه های کارآمد و سامانه های فناورانه، مشکلات اجتماعی را حل کند.

✓ حوزه صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری های نرم، شامل تمامی دستگاه ها و نهاد های دولتی و غیردولتی، شرکت های تولیدی و خدماتی به ویژه شرکت های دانش بنیان، استادان حوزه و دانشگاه و مراکز پژوهشی، فرهنگی و فناوری، هنرمندان، متخصصان، پژوهشگران و دانشجویانی که در زمینه صنایع فرهنگی و فناوری های نرم به فعالیت می پردازند.

✓ فناوری فرهنگی، مجموعه ای از روش ها، ابزارها و فرآیندهای تبدیل دانش و منابع فرهنگی به کالاها و خدمات فرهنگی می باشد که ایجاد کننده و یا منتقل کننده ارزش های فرهنگی موردنظر فناوران حوزه فرهنگی می باشد.

### صنایع فرهنگی

صنایع فرهنگی حاصل امتزاج فرهنگ، فناوری و اقتصاد



صنایع فرهنگی به صنایعی اطلاق می‌شود که به «خلق، تولید و تجاری سازی مضامین نامشهود و دارای طبیعت فرهنگی اشتغال دارند. این مضامین نوعاً از طریق کپی رایت حمایت می‌شوند و می‌توانند شکل کالاها یا خدمات را به خود بگیرند»

به این ترتیب، گرچه ممکن است مسئولیت و تولید هر یک از شاخه‌های صنایع فرهنگی در یک کشور با دستگاه و یا سازمان خاصی باشد، اما سیاست‌ها و راهبرد‌های توسعه صنایع فرهنگی باید به صورت یکپارچه طراحی شوند. به همین جهت است که صنایع فرهنگی را صنایع بین رشته‌ای نیز می‌نامند که سیاست‌گذاری برای آن‌ها باید از نوع بین دستگاهی و به عبارتی فرادستگاهی باشد. صنایع فرهنگی از انواع مختلفی برخوردارند و به شیوه‌های متفاوتی دسته‌بندی می‌شوند.

### صنایع خلاق

اصطلاح اقتصاد خلاق در سال ۲۰۰۱ توسط نویسنده و مدیر رسانه‌ای انگلیسی به نام جان هاوکینز عمومیت یافت. وی این اصطلاح را برای پانزده صنعت به کار برد که در عرصه هنر، علم و فناوری گسترده بودند. آن‌طور که هاوکینز بیان می‌کند، این اقتصاد خلاق در سال ۲۰۰۰ میلادی حدود ۲.۲ میلیارد دلار ارزش مادی داشته و از رشد سالانه پنج درصد برخوردار است.

صنایع فرهنگی گونه‌ای از صنعت هستند که به خلق ایده، تولید و توزیع محصولات و خدماتی می‌پردازند که ماهیت فرهنگی دارند. صنایع فرهنگی با قابلیت دانش‌بنیانی و مبتنی بر خلاقیت، مهارت، نوآوری و فناوری هستند. بنابراین نسبت صنایع فرهنگی و فناوری‌های فرهنگی از نوع ظرف و مظروف است یعنی صنایع فرهنگی بر بنیاد فناوری‌های فرهنگی بنا شده و با یکدیگر متضایف و درهم‌تنیده هستند.

بر مبنای تعریف یونسکو صنایع فرهنگی به صنایعی اطلاق می‌شود که به «خلق، تولید و تجاری سازی مضامین نامشهود و دارای طبیعت فرهنگی اشتغال دارند. این مضامین نوعاً از طریق کپی رایت حمایت می‌شوند و می‌توانند شکل کالاها یا خدمات را به خود بگیرند.»

قرار گرفتن طیف متنوعی از فعالیت‌ها زیر چتر صنایع فرهنگی و خلاق به این معناست که فعالیت‌های متعددی که در آن جاری است، نیازمند مدیریت و برنامه‌ریزی در سطح عملیاتی، و سیاست‌گذاری در سطح کلان است.





در سال ۱۹۹۴، دولت استرالیا در اقدامی بی سابقه صنایع فرهنگی را به عنوان موتور پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود در قرن بیست و یکم برگزید و به جای واژه ی صنایع فرهنگی، واژه ی نوساخته صنایع خلاق را به کار گرفت، زیرا اولاً صنایع فرهنگی هنوز در ذهن برخی، باری منفی را تداعی می کرد و دوم این که صنایع خلاق این ظرفیت را داشت که پاره ای از حوزه های نوظهور همچون رسانه های جدید مبتنی بر وب، بازی های رایانه ای و حتی فعالیت هایی مانند پژوهش به قصد تولید دانش را دربرگیرد. طبق تعریف، صنایع خلاق دربرگیرنده ی تمام صنایعی است که ماده خام خود را از خلاقیت های فرهنگی هنری و علمی/فناورانه انسانی می گیرند و محصولات آن ها مشمول حقوق مالکیت معنوی می شود.

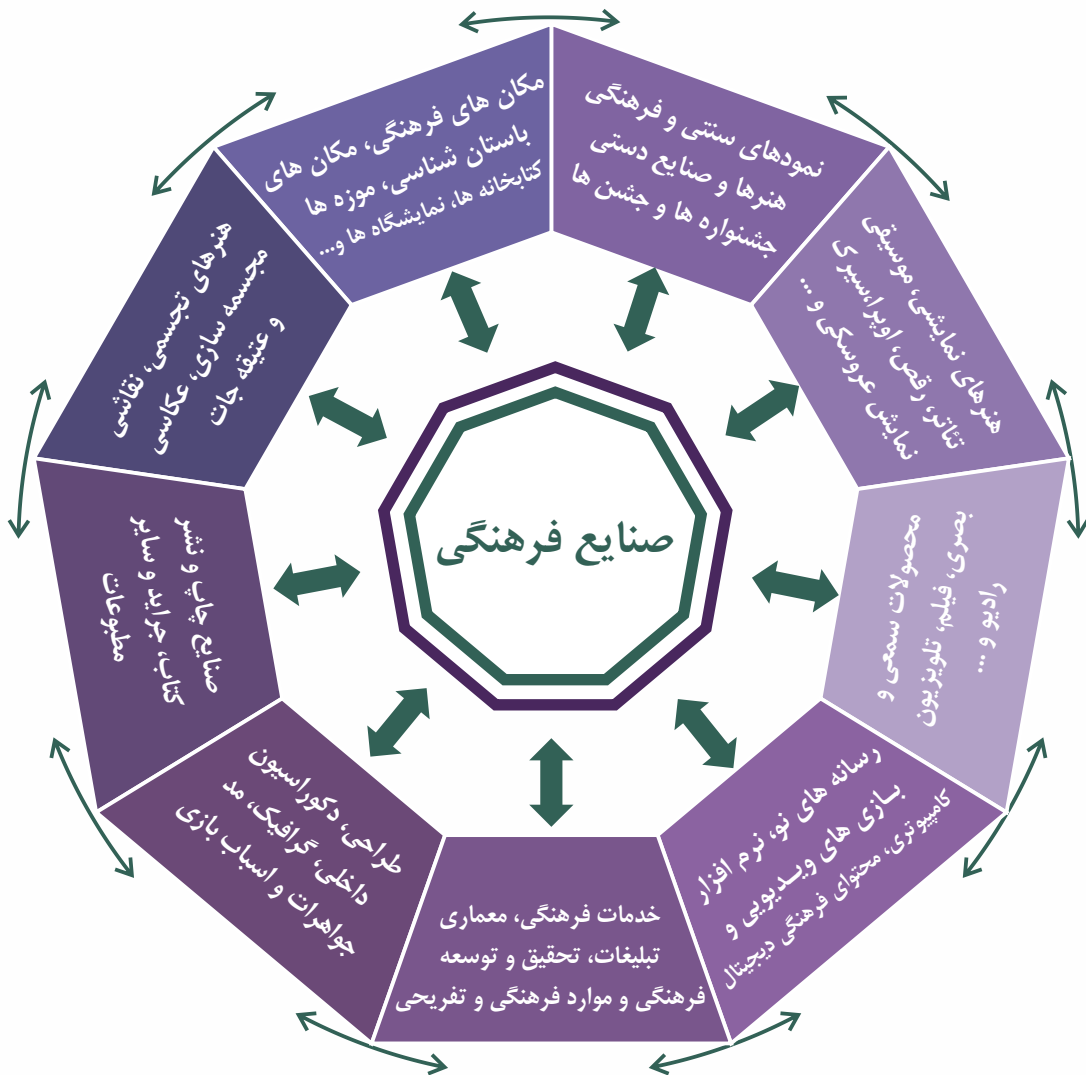
صنایع خلاق دربرگیرنده ی تمام صنایعی است که ماده خام خود را از خلاقیت های فرهنگی هنری و علمی/فناورانه انسانی می گیرند و محصولات آن ها مشمول حقوق مالکیت معنوی می شود.

تصور آن است که دامنه شمولیت این اقتصاد نه تنها کالاها و خدمات فرهنگی معمول را شامل می شود، بلکه مواردی مانند اسباب بازی و بازی های رایانه ای و تحقیق و توسعه را نیز در بر می گیرد. لذا اقتصاد خلاق نه تنها شامل گستره پژوهش محصولات فرهنگی است، بلکه قلمروی آن تا فعالیت های غیر فرهنگی اما خلاق نظیر می یابد.

صنایع خلاق به طیف وسیعی از صنایع اطلاق می شود که ماده اولیه آنها خلاقیت فردی یا جمعی انسان ها است. خلاقیت های علمی، هنری و اقتصادی انسان ها آنجا که به خلق محصول اعم از ملموس یا ناملموس انجامیده و در نتیجه صبغه فناورانه می یابد از جنس صنایع خلاق است. اگر چه این مفهوم در قیاس با صنایع فرهنگی مفهومی نوظهور محسوب می گردد و سابقه استعمال آن به اواخر قرن بیستم باز می گردد اما بر مبنای بسیاری از متون تحقیقاتی موجود، صنایع خلاق، تناظر و همپوشانی زیادی با صنایع فرهنگی برقرار می کنند .

در عین حال برخی منابع با احصاء تمایزاتی میان این دو حوزه، نسبت این هم پوشانی میان این دو را نفی می کنند. در مورد وجوه این تمایز اجماع کاملی میان صاحب نظران وجود ندارد غالباً مواردی نظیر کسب و کار تبلیغات و بازی سازی اختصاصاً در ذیل صنایع خلاق جای می گیرند. بر مبنای تعریف آنکتاد (کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد) هر نوع فعالیتی که واجد یک مولفه هنری قوی باشد و هر نوع فعالیت اقتصادی که فرآورده های سمبولیک تولید کرده و در چارچوب مقوله مالکیت معنوی قابل ارزیابی باشد در قلمرو صنایع خلاق جای می گیرد.

مدل آنکتاد





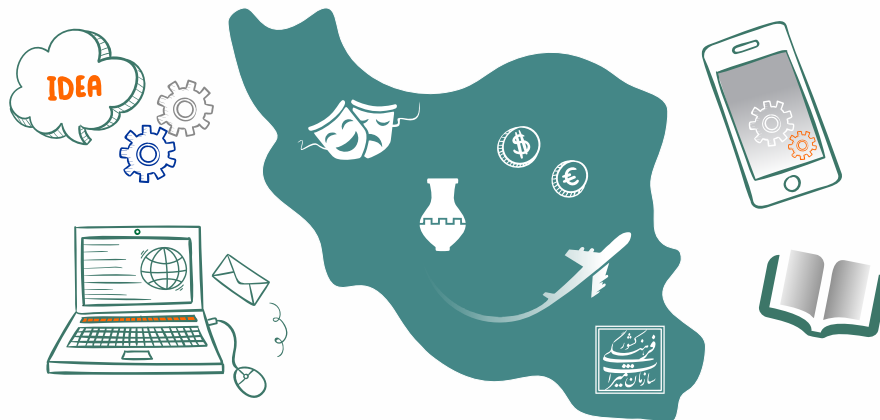
مدل WIPO





## مدل دواير متحد المركز





### زیست بوم فناوری و صنایع فرهنگی

تقسیم بندی صنایع و محصولات فرهنگی بسیار تحت تاثیر زیست بوم و رفتار و شرایطی است که در آن قرار دارد؛ لذا شاهدیم که تعاریف و دسته بندی های مربوط به این عرصه که توسط کشورها و نهادهای مختلف ارایه شده، با هم تفاوت هایی دارند. با این حال یک چیز روشن و مسلّم است و آن لزوم پرداختن به موضوع صنایع و محصولات فرهنگی است.

این ضرورت و توجه عملی کشورها دلایلی زیادی دارد که جنبه های ارزشی و ایدئولوژیک، جنبه های سیاسی و جنبه های اقتصادی آن بسیار پررنگ تر و قابل توجه است. صنایع فرهنگی می توانند به طور صریح یا ضمنی موجب تغییرات اجتماعی شده و در عین حال باعث تغییر در شکل استفاده از خلاقیت و حرفه های هنری هم بشوند. تاثیرات صنایع فرهنگی تنها محدود به عرصه اجتماعی نیست، بلکه امروزه روشن شده که رابطه ای دوطرفه میان رشد صنایع فرهنگی و رشد اقتصاد هر کشور نیز وجود دارد. به عنوان مثال صنایع فرهنگی مانند سینما یا بازی های رایانه ای می تواند موجب تاثیر زیادی بر میزان تمایل و الگوی مصرف سایر کالاها از قبیل اتومبیل یا پوشاک شود. جنبه دیگر صنایع فرهنگی، بحث فناوری است.

در دنیای معاصر محصولات فرهنگی رابطه نزدیک تری با فناوری یافته اند. فناوری زیربنای صنایع فرهنگی و ابزار تولیدات است و با پیشرفت فناوری می توان محصولات موجود فرهنگی را به راحتی و در کمترین زمان از طریق شبکه های الکترونیکی وارد بازار مصرف نمود. همچنین گونه ای از فناوری به عنوان فناوری فرهنگی یا فناوری نرم، با منشاء فرهنگی و با محوریت تاثیر گذاری اجتماعی و انسانی نیز مطرح شده است. کشورهایی که به اهمیت راهبردی صنایع فرهنگی پی برده و اقدامات مناسبی را در خصوص توسعه آن انجام داده اند، از نظر اقتصادی و همچنین نفوذ فرهنگی در سطح بین المللی از موقعیت ممتازی برخوردارند. از سوی دیگر، منشاء و منبع اصلی صنایع و فناوری های فرهنگی، آداب و رسوم، میراث و سرمایه های فرهنگی است، کشورهایی که به مانند ایران از تنوع فرهنگی و قومیتی برخوردارند، می توانند از آن به عنوان یک فرصت طلایی برای توسعه محصولات فرهنگی استفاده نمایند.

در یک کلام می توان گفت محصولات فرهنگی دارای اهمیت و نقش های چندگانه در زندگی امروز جوامع بشری هستند و به همین سبب مورد توجه متولیان و حکومت ها و نهادهای مرتبط با جامعه هستند.

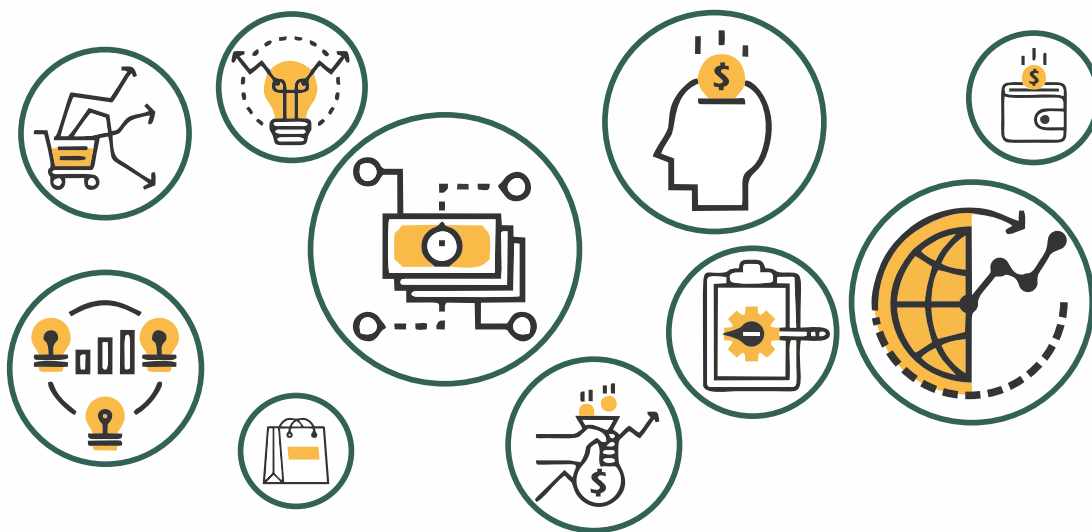
سامان دهی به محصولات و صنایع فرهنگی طبعاً مستلزم داشتن راهبرد، سیاست، برنامه و نقشه های اجرایی مناسبی است که بتواند زمینه های استفاده از ظرفیت ها و سرمایه های فرهنگی را آماده و قابلیت های موجود را شکوفا ساخته و آن ها را رشد دهد.

## اقتصاد حوزه های فرهنگی

حمایت ها و یارانه های دولتی هستند؛ به این دلیل که کار خود را اقتصادی و یا دارای پتانسیل های تجاری نمی بینند. مبحث صنایع فرهنگی از منظر تولید، در چارچوب اقتصاد فرهنگی قابل بررسی است که هدف آن، در نهایت بهبود شرایط و فضای نوآوری در راستای تقویت رقابت پذیری است. به عبارتی، نیاز سرمایه داری به رقابت پذیری نوین باعث شده تا اهمیت بیشتری برای صنایع فرهنگی قایل شود چرا که این صنایع می توانند عامل تحریک و تقویت نوآوری باشند. البته این موضوع را نمی توان صفر و یکی در نظر گرفت. طی دهه گذشته بحث های زیادی درباره این که تعریف و نام اقتصاد فرهنگی چه باشد، وجود داشته است. عناوینی مانند: صنایع فرهنگی، اقتصاد خلاق، اقتصاد فرهنگی، صنایع فرهنگی و خلاق مطرح و به کار گرفته شده است که مباحث دانشگاهی زیادی در آن وجود دارد ولی از منظر سیاست گذاری این واژه ها بعضاً به عنوان جایگزینی برای هم به کار رفته اند. تولید و نوآوری فرهنگی در حوزه های مختلف مرتبط با میراث فرهنگی ناملموس، آموزش و پرورش، حفظ و نگهداری از منابع فرهنگی و تجهیزات سخت افزاری می تواند در ذیل صنایع فرهنگی تعریف شود. یونسکو این موضوع را به صورتی که در شکل بعد مشاهده می شود، منعکس ساخته است.

در عصر صنعت، که هنوز بر کشورهای در حال توسعه غالب است، صنعت فرهنگی به دلیل ماهیت نرم آن، عموماً در پس زمینه ی اقتصاد صنعتی دیده می شود. به همین دلیل، در توسعه ی اقتصادی این کشورها نقش مهمی به صنعت فرهنگی داده نمی شود. شاخه های تشکیل دهنده ی صنایع فرهنگی - سینما، تئاتر، موسیقی، رسانه، طراحی، مُد و غیره - اغلب به عنوان شاخه های مجزا دیده می شوند؛ بدون هیچ رابطه ای میان آن ها. وقتی هر یک از این شاخه ها، مستقلاً دیده می شوند، تا اندازه ای کوچک به نظر می رسند. اما زمانی که از دیدگاه کلی - با درک روابط درونی - دیده شوند، بخشی مهم در اقتصاد به شمار می آیند.

طبق یک قانون نانوشته، بخش فرهنگ پیش از آنکه از سوی دولت ها به عنوان یک بخش مولد اقتصادی دیده شود، یک مرکز هزینه ی دولتی با مأموریت ترویج سیاست های فرهنگی به هزینه ی دولت است. اغلب گردانندگان صنایع فرهنگی در کشورهای در حال توسعه، اطلاعات کسب و کاری ناچیزی در خصوص قابلیت های تجاری و دفاعی - امنیتی صنایع فرهنگی دارند. مدیران بنگاه ها در صنایع فرهنگی غالباً خواهان



اقتصاد حوزه فرهنگ (UNESCO, 2005)

حوزه های مرتبط		حوزه های فرهنگی					
گردشگری	ورزش و سرگرمی	طراحی و خدمات خلاق	رسانه های صوتی تصویری و تعاملی	کتاب و نشر	هنرهای تجسمی و دستی هنرهای زیبا	جشن ها و آیین ها	میراث فرهنگی و طبیعی
	خدمات گردشگری	ورزش تناسب اندام و نشاط	طراحی مد طراحی گرافیکی طراحی داخلی				
مهمان پذیری و اسکان	تفریح و پارک های موضوعی	طراحی نما	رادیو و تلویزیون	کتاب	عکاسی هنرهای دستی	اجراهای هنری اجرای موسیقی مراسم ها	موزه ها اماکن باستانی
	اردو	معماری	بخش اینترنتی				
میراث فرهنگی ناملموس		میراث فرهنگی ناملموس سنت ها و میراث شفاهی، آیین ها، زبان ها، راه و رسوم اجتماعی					
آموزش، پرورش و تعلیم		آموزش، پرورش و تعلیم					
حفظ و نگهداری		حفظ و نگهداری					
تجهیزات و مواد		تجهیزات و مواد					

## جایگاه فعلی صنایع فرهنگی در جهان

طبق یک قانون نانوشته، بخش فرهنگ بیش از آن که از سوی دولت‌ها به عنوان یک بخش مولد اقتصادی دیده شود، حوزه فاقد ارزش افزوده اقتصادی با مأموریت ترویج سیاست‌های فرهنگی رسمی به هزینه‌ی دولت محسوب می‌گردد.

اغلب گردانندگان صنایع فرهنگی در کشورهای در حال توسعه، اطلاعات کسب و کاری ناچیزی در خصوص قابلیت‌های تجاری (و دفاعی - امنیتی) صنایع فرهنگی دارند، مدیران بنگاه‌ها در صنایع فرهنگی غالباً خواهان حمایت‌ها و یارانه‌های دولتی هستند؛ به این دلیل که کار خود را اقتصادی و یا دارای پتانسیل‌های اقتصادی نمی‌بینند. در شرایط آماری زیر که در جدول مشاهده می‌شود، نیاز به سرمایه‌گذاری و توجه سیاست‌گذاران در این سال‌ها توجه به این بخش مفقود از درآمد‌های کشور را به خود جلب نمود.

تمامی برآوردهای آماری نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر متوسط رشد صنایع خلاق و فرهنگی از متوسط رشد سایر صنایع بالاتر بوده و این روند در حال تشدید است. طی سال‌های دهه ۹۰ میلادی قرن بیستم که مفهوم صنایع خلاق تکوین پیدا کرد در تمامی کشورهای پیشرو این صنایع نرخ رشد سالانه‌ای چندین برابر صنایع سخت داشته‌اند.

در عصر صنعت، که کشورهای در حال توسعه همچنان در تکاپوی ایفای نقش فعال در آن هستند صنعت فرهنگی به دلیل ماهیت نرم آن، عموماً در پس زمینه‌ی اقتصاد صنعتی دیده می‌شود. به همین دلیل، در توسعه‌ی اقتصادی این کشورها نقش مهمی به صنعت فرهنگی داده نمی‌شود. شاخه‌های تشکیل دهنده‌ی صنایع فرهنگی - سینما، تئاتر، موسیقی، رسانه، طراحی، مد و غیره - اغلب به عنوان شاخه‌های مجزا دیده می‌شوند؛ بدون هیچ رابطه‌ای میان آن‌ها. وقتی هر یک از این شاخه‌ها، مستقلاً دیده می‌شوند، تا اندازه‌های کوچک به نظر می‌رسند. اما زمانی که از دیدگاه کلی - با درک روابط درونی - دیده شوند، بخشی مهم در اقتصاد به شمار می‌آیند. بر خلاف کشورهای پیشرفته که صنایع فرهنگی آن‌ها شامل یک مجموعه‌ی قابل توجه از بنگاه‌های بزرگ - بنگاه‌های عظیم سینمایی، رسانه‌ای، و غیره - و تعداد زیادی شرکت‌های کوچک و متوسط است، در کشورهای در حال توسعه تقریباً هیچ بنگاه بزرگی در این صنایع وجود ندارد.

آنچه هست، گروه کوچکی از بنگاه‌های متوسط و تعدادی شرکت‌های کوچک است. لذا تصویری که از این بخش وجود دارد، یک مجموعه از بنگاه‌های کوچک با تاثیر اقتصادی ناچیز است.



۱۱ بخش صنایع خلاق و فرهنگی که زیر بنای اقتصاد جهانی هستند، در سال ۲۰۱۳، درآمد ۲۲۵۰ میلیارد دلاری (۳ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان) و ۲۹.۵ میلیون شغل ایجاد کرده اند.

۲۲۵۰ میلیارد دلار آمریکا

بازار صنایع خلاق و فرهنگی جهان

۲۹/۵ میلیون

اشتغال صنایع خلاق و فرهنگی جهان

درآمد اشتغال صنایع خلاق و فرهنگی

صنایع خلاق و فرهنگی	درآمد ۲۰۱۳ (میلیارد دلار)	اشتغال ۲۰۱۳ (تعداد شغل ها)
تلویزیون	۴۴۷	۳/۵۲۷/۰۰۰
هنرهای تجسمی	۳۹۱	۶/۷۳۲/۰۰۰
روزنامه و مجله	۳۵۴	۲/۸۶۵/۰۰۰
تبلیغات	۲۸۵	۱/۹۵۳/۰۰۰
معماری	۲۲۲	۱/۶۶۸/۰۰۰
کتاب	۱۴۳	۳/۶۷۰/۰۰۰
هنرهای نمایشی	۱۲۷	۳/۵۳۸/۰۰۰
بازی	۹۹	۶۰۵/۰۰۰
فیلم	۷۷	۲/۴۸۴/۰۰۰
موزیک	۶۵	۳/۹۷۹/۰۰۰
رادیو	۴۶	۵۰۲/۰۰۰
مجموع (قبل از حذف شمارش تکراری ها)	۲۲۸۵*	۳۱/۵۲۴/۰۰۰*
مجموع (منهای دوبار شمارش شده ها)	۲۲۵۳	۲۹/۵۰۷/۰۰۰

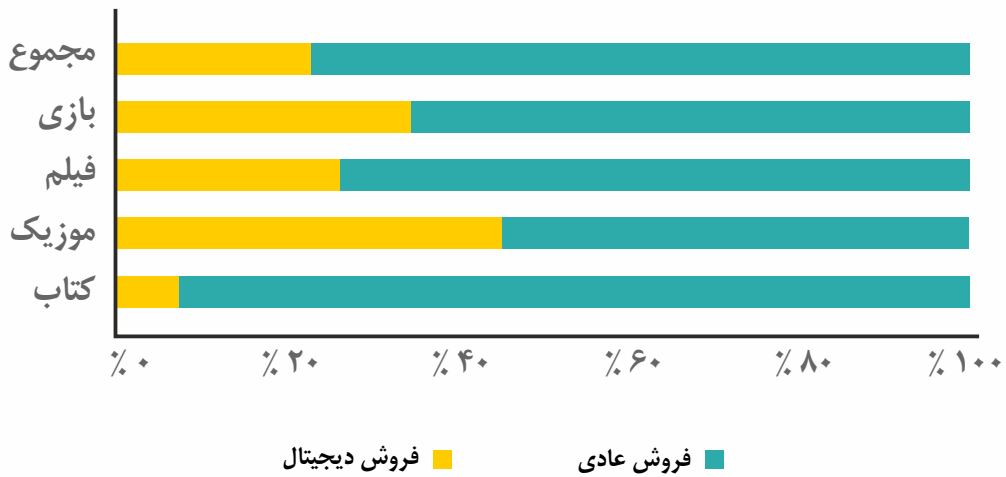
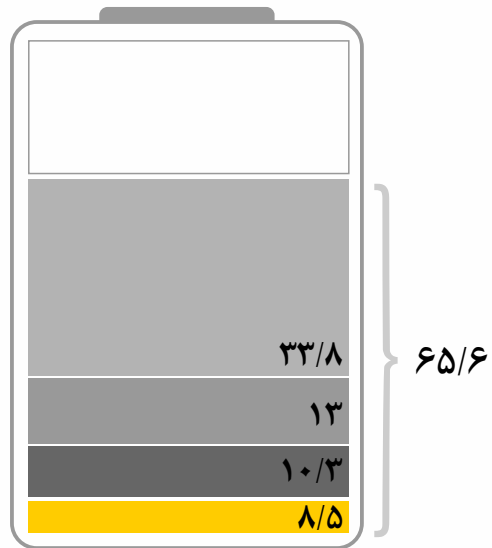
فروش جهانی محتوای فرهنگی دیجیتال در سال ۲۰۱۳ (میلیارد دلار آمریکا)



فروش محتوای دیجیتال در مقابل محتوای فیزیکی در سال ۲۰۱۳ (% ارزش به دلار امریکا)

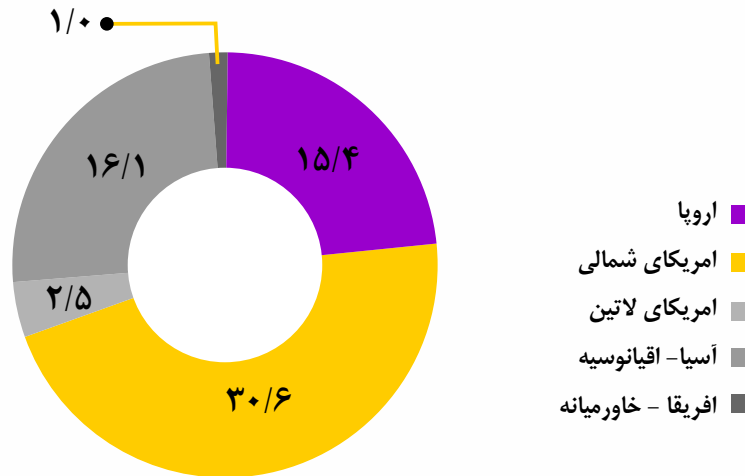


- بازی های موبایل و آن لاین
- فیلم و بازی های دیجیتال
- موزیک دیجیتال
- کتاب دیجیتال



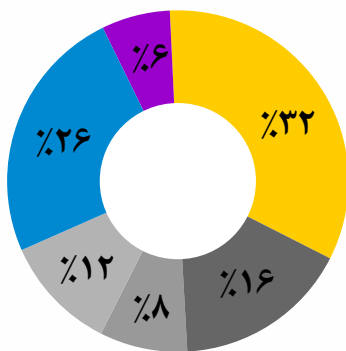


فروش کالاهای فرهنگی دیجیتال در سال ۲۰۱۳ (میلیارد دلار آمریکا)

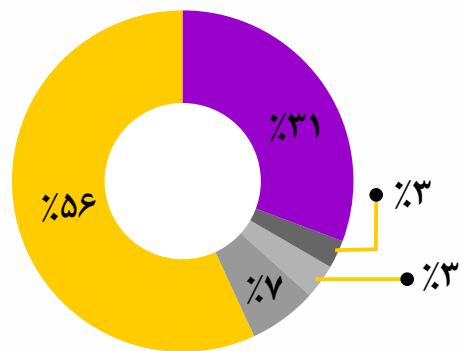


فروش غیر رسمی کالا و خدمات صنایع خلاق در آمریکای جنوبی و آسیا و اقیانوسیه در سال ۲۰۱۳

اشتغال در بخش غیررسمی اقتصاد فرهنگی در آفریقا، آمریکای جنوبی و اقیانوسیه در سال ۲۰۱۳



کتاب  
موزیک  
تلویزیون  
فیلم  
بازی  
پرفورمنس هنری



کتاب  
موزیک  
فیلم  
بازی  
پرفورمنس هنری

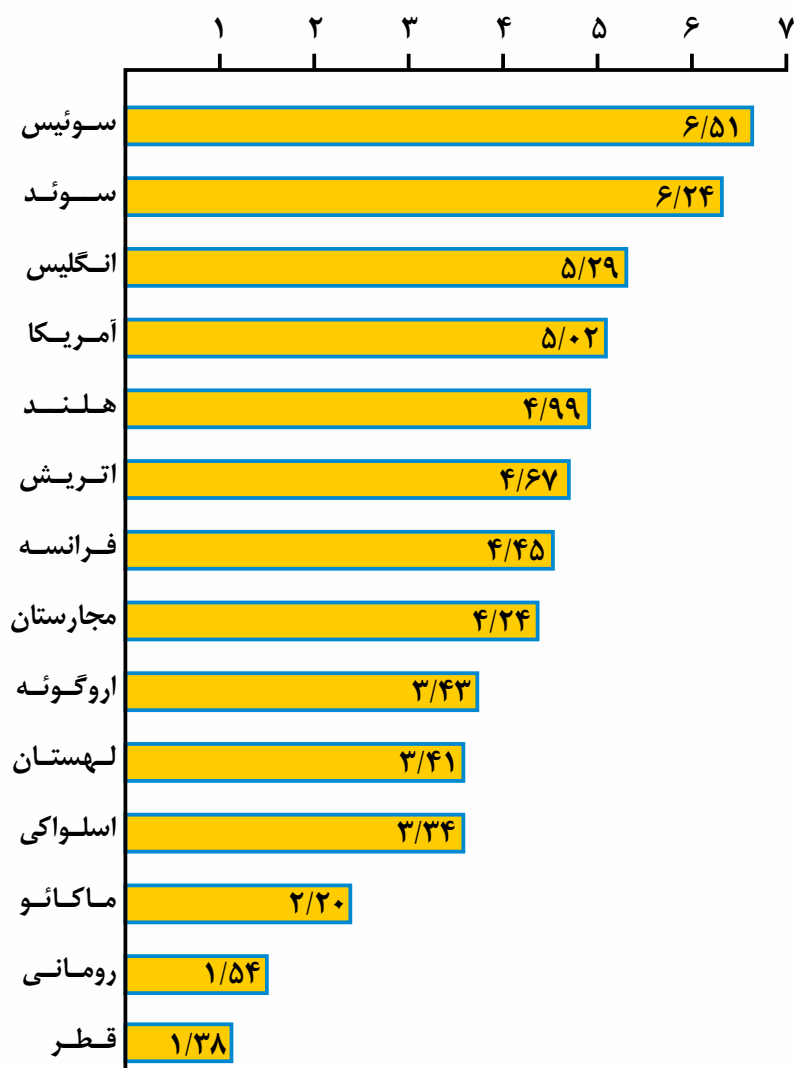
اقتصاد غیر رسمی نوعی از اقتصاد است.

اقتصاد غیر رسمی بر محتوای فرهنگی در کشورهای در حال توسعه نیز حاکم است. در بخشی از آسیا، اقیانوس آرام، آفریقا و آمریکای لاتین تجارت غیر رسمی کالا و خدمات فرهنگی بدون هیچ گونه پرداختی به صاحبان اثر به شکل گسترده سرقت می‌شود. طیف وسیعی از لوح‌های فشرده، بازی‌های رایانه‌ای، فیلم‌ها و نسخ کتاب‌ها به شکل غیر قانونی و بدون پرداخت حق اشتراک در تلویزیون به اجرا درمی‌آیند. فروش غیر رسمی صنایع خلاق در کشورهای در حال توسعه در سال ۲۰۱۳ در مجموع ۳۳ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود که ۱.۲ میلیون شغل ایجاد نموده است.

نرخ رشد سالیانه صادرات محصولات فرهنگی

۳/۷۱	جهان	نرخ رشد سالیانه صادرات محصولات فرهنگی بین سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۰۷ در جهان
۰/۵۸		نرخ رشد سالیانه صادرات محصولات فرهنگی بین سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۲ در جهان
-۱۱/۱	کشورهای توسعه یافته	نرخ رشد سالیانه صادرات محصولات فرهنگی بین سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۰۷ در کشورهای توسعه یافته
-۱/۲۲		نرخ رشد سالیانه صادرات محصولات فرهنگی بین سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۲ در کشورهای توسعه یافته
۹/۳۳	کشورهای در حال توسعه	نرخ رشد سالیانه صادرات محصولات فرهنگی بین سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۰۷ در کشورهای در حال توسعه
۵/۳۳		نرخ رشد سالیانه صادرات محصولات فرهنگی بین سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۲ در کشورهای در حال توسعه

سهم درصدی اشتغال در صنایع فرهنگی از کل میزان اشتغال





## ۵ دلیل برای جدی گرفته نشدن صنعت فرهنگی در کشورهای در حال توسعه

کوچک و متوسط است، در کشورهای در حال توسعه تقریباً هیچ بنگاه بزرگی در این صنایع وجود ندارد. آن چه هست، گروه کوچکی از بنگاه‌های متوسط و تعدادی شرکت‌های کوچک است. لذا تصویری که از این بخش وجود دارد، یک مجموعه از بنگاه‌های کوچک با تاثیر اقتصادی ناچیز است.

۴. طبق یک قانون نانوشته، بخش فرهنگ پیش از آنکه از سوی دولت‌ها به عنوان یک بخش مولد اقتصادی دیده شود، یک مرکز هزینه‌ی دولتی با ماموریت ترویج سیاست‌های فرهنگی به هزینه‌ی دولت است.

۵. اغلب گردانندگان صنایع فرهنگی در کشورهای در حال توسعه، اطلاعات کسب و کاری ناچیزی در خصوص قابلیت‌های تجاری و دفاعی - امنیتی صنایع فرهنگی دارند. مدیران بنگاه‌ها در صنایع فرهنگی غالباً خواهان حمایت‌ها و یارانه‌های دولتی هستند؛ به این دلیل که کار خود را اقتصادی و یا دارای پتانسیل‌های اقتصادی نمی‌بینند.

۱. در عصر صنعت، که هنوز بر کشورهای در حال توسعه غالب است، صنعت فرهنگی به دلیل ماهیت نرم آن، عموماً در پس‌زمینه‌ی اقتصاد صنعتی دیده می‌شود. به همین دلیل، در توسعه‌ی اقتصادی این کشورها نقش مهمی به صنعت فرهنگی داده نمی‌شود.

۲. شاخه‌های تشکیلی دهنده‌ی صنایع فرهنگی - سینما، تئاتر، موسیقی، رسانه، طراحی، مد و غیره - اغلب به عنوان شاخه‌های مجزا دیده می‌شوند؛ بدون هیچ رابطه‌ای میان آن‌ها؛ وقتی هر یک از این شاخه‌ها، مستقلاً دیده می‌شوند، تا اندازه‌ای کوچک به نظر می‌رسند، اما زمانی که از دیدگاه کلی - با درک روابط درونی - دیده شوند، بخشی مهم در اقتصاد به شمار می‌آیند.

۳. برخلاف کشورهای پیشرفته که صنایع فرهنگی آن‌ها شامل یک مجموعه‌ی قابل توجه از بنگاه‌های بزرگ - بنگاه‌های عظیم سینمایی، رسانه‌ای، و غیره - و تعداد زیادی شرکت‌های



## فناوری های اجتماعی

### حجم بازار

دسته‌ی اول این فناوری‌ها به پر استفاده ترین ابزار استفاده شده در فضای مجازی بدل شده‌اند. این فناوری‌ها علاوه بر تاثیرات محسوس فرهنگی و اجتماعی که با خود به همراه دارند، از نظر اقتصادی نیز بسیار موثرند. به عنوان مثال فیسبوک به عنوان بزرگترین شبکه اجتماعی ۱/۷۲ میلیارد نفر کاربر دارد. اهمیت داده‌ی تولید شده در شبکه‌های اجتماعی به قدری است که فیس بوک با وجود داشتن بزرگترین شبکه اجتماعی دنیا، اقدام به خرید شبکه اجتماعی اینستاگرام با مبلغ ۱ میلیارد دلار و پیام رسان اینترنتی واتس-اپ با قیمت ۱۹ میلیارد دلار کرده است. میکروسافت غول نرم افزاری دنیا نیز اخیراً با قیمتی نزدیک به ۲۶ میلیارد دلار، شبکه اجتماعی متخصصان لینکد-این را تصاحب کرده است. بدون شک صرف این هزینه‌ها ی هنگفت برای تصاحب شبکه‌های اجتماعی بی دلیل نیست.

ارزش این شبکه‌ها به دلیل داده‌های بی کرانی است که روزانه در آن‌ها روانه می‌شود. از این داده‌ها می‌شود برای مقاصد مختلف استفاده کرد که مهم ترین آن تبلیغات شخصی سازی شده است. همچنین این شبکه‌ها با ایجاد پلتفرم‌ها یی برای خرید، سفارش محصولات، رزرو بلیط و ... درآمد کلانی را به دست می‌آورند. درآمد فیس بوک در سال گذشته ی میلادی در حدود ۱۸ میلیارد دلار بوده که بسیار نزدیک به درآمد حاصل از فروش نفت ایران در مدت مشابه، بوده است.

فناوری های اجتماعی از دیدگاه ستاد توسعه ی فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هر کسب و کاری است که یکی از شرایط زیر را دارا باشد:

**الف.** تعامل بین افراد را از طریق فناوری تسهیل کند. شبکه های اجتماعی مانند فیسبوک و توئیتر و پیام رسان های اینترنتی مانند تلگرام، اسکایپ و لاین مثال های بارز این نوع می باشند.

**ب.** فضا، ابزار و امکانات را برای بهره مندی از رایانش اجتماعی یا به اشتراک گذاری دانش و اطلاعات در موضوعات مختلف را فراهم آورند. ویکی ها مانند ویکی پدیا، آموزش الکترونیک مانند کورسرا، فضای مشترک کاری مانند گیت هاب، فروشگاه های الکترونیکی نرم افزاری مانند اپ استور اپل و ابزار فیزیکی همکاری مشترک مانند کینکت میکروسافت در این دسته قرار می گیرند.

**ج.** از طریق طراحی و به کارگیری سامانه های فناورانه یا طراحی و به کارگیری ساز و کار های کارآمد مسائل و مشکلات اجتماعی را حل کند. جمع سپاری مکانیکال تورک آمازون، جمع سپاری مالی مانند کیک استارتر و سازکار های بازی وارسازی استفاده شده در تبلیغات از جمله مثال های این دسته هستند.



فروشگاه‌ها ی اپلیکیشن آنلاین از دیگر فناوری‌ها ی موجود در این دسته از فناوری اجتماعی هستند. این فروشگاه‌ها علاوه بر ایجاد درآمد در سطح کلان برای شرکت‌ها ی مالک، این پلتفرم را ارائه می‌کنند که افراد مختلف با نوآوری و ارائه ی اپلیکیشن‌ها ی مختلف، به کسب درآمد بپردازند. این مهم نیز به نوبه خود باعث به وجود آمدن کسب و کارها ی بسیار پر درآمد و همچنین ایجاد اشتغال برای هزاران نفر در سراسر دنیا شده است. اپ استور اپل به عنوان یکی از بزرگترین نمونه‌ها ی ممکن، به تنهایی در سال ۲۰۱۵ میلادی در حدود ۲۰ میلیارد دلار درآمدزایی داشته است. میزان درآمد پلی استور گوگل نیز به عنوان دیگر بازیگر بزرگ این عرصه ۷/۸ میلیارد دلار برای سال ۲۰۱۶ تخمین زده شده است.

### فناوری‌ها ی اجتماعی در ایران

فناوری‌ها ی اجتماعی در ایران مخصوصاً در دهه ی اخیر رشد چشم‌گیری داشته است. ظهور و همگانی شدن گوشی‌ها ی هوشمند و دسترسی آسان و سریع به اینترنت زمینه ساز این رشد بوده است.



### حجم بازار

در ایران آمار متناقضی در استفاده از پیام‌رسان‌ها وجود دارد. بنا بر برخی آمار منتشرشده بیش از ۲۰ میلیون ایرانی عضو تلگرام به عنوان محبوب‌ترین پیام‌رسان در ایران هستند و ۱۲ درصد کل پهنای باند کشور به این پیام‌رسان تعلق دارد. ادعای دیگری نیز وجود دارد که نیمی از ۱۰۰ میلیون کل کاربر تلگرام را ایرانیان تشکیل می‌دهند و ۶۰ درصد پهنای باند کشور نیز مربوط به تلگرام می‌باشد. هر کدام از این دو آمار که ملاک قرار بگیرند، با توجه به ضریب نفوذ ۸۲ درصدی اینترنت و حدود ۴۰ درصدی اینترنت همراه در کشور، نشان‌دهنده ی میزان داده ی جمع‌آوری شده توسط این پیام‌رسان می‌باشد.

این فناوری‌ها علاوه بر کسب درآمد مستقیم قابل توجه برای خود، باعث رونق کسب و کارها ی جانبی و ایجاد اشتغال غیرمستقیم نیز می‌شوند. به عنوان مثال اسکایپ هم اکنون حدود ۴۰ درصد از تماس‌ها ی بین‌المللی را به خود اختصاص داده است. این مهم علاوه بر ایجاد درآمدی است که از راه‌ها ی مختلف از جمله مصرف پهنای باند، باعث رونق کسب و کار شرکت‌ها ی تأمین‌کننده ی اینترنت شده اند.



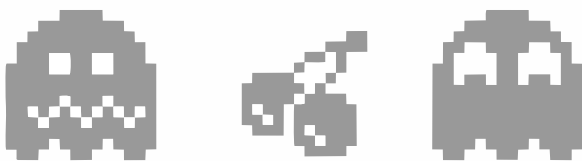
دسته ی دوم از فناوری‌ها ی اجتماعی شامل مجموعه ی گسترده ای میشود. به عنوان مثال در قسمت آموزش الکترونیک میتوان به رشد چشمگیر دوره ی آنلاین رسمی اشاره کرد. در سال ۲۰۱۵، ۵۰۰ دانشگاه ۴۲۰۰ دوره ی آنلاین را برگزار نمودند که ۳۵ میلیون نفر کاربر نیز در این دوره‌ها شرکت نمودند. سایت کورسرا، با در اختیار داشتن حدود ۱۷ میلیون کاربر و ۳۵ درصد دوره‌ها ی برگزار شده در صدر جدول ارائه‌کنندگان این خدمات وجود دارد.

با وجود اینکه این سایت در راستای هدف اولیه ی خود، مطالب درسی را به رایگان در اختیار کاربران قرار می‌دهد ولی هر کاربری که تمایل به شرکت در امتحانات و دریافت مدرک داشته باشد، بنا به کیفیت و طول هر دوره، باید مبلغی بین ۳۵ تا ۴۰۰ دلار را پرداخت نماید که درآمد قابل توجهی را برای سایت و دانشگاه‌ها ی ارائه‌دهنده ی دوره‌ها بوجود آورده است. این سایت در سال ۲۰۱۳ مبلغ ۸۰ میلیون دلار جذب سرمایه کرده است. پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۲ ظرفیت بازار آموزش الکترونیک به بیش از ۲۴۰ میلیارد دلار برسد.

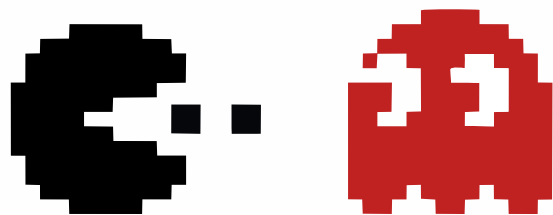
هم اکنون بیش از ۱/۲ میلیارد گیمر فعال در سطح جهان وجود دارد که هر روز به انجام بازی می پردازند و ۴۵٪ این افراد روزانه بیش از ۲ ساعت از وقت خویش را صرف انجام بازی های ویدئویی می کنند. میانگین سنی مخاطبان بازی های ویدئویی در کشور های مختلف جهان متفاوت بوده و به طور میانگین اعدادی در حدود ۲۵ الی ۳۵ سال را نشان می دهد. این موضوع نشان می دهد که بازی از حالت رسانه ای برای کودکان خارج شده و به رسانه ای کاملاً عام با تأثیر گذاری در سطح کلان عمل می کند. بازی سازی (Gamification) و بازی های آموزشی که در راستای یادگیری همراه لذت سرگرمی می باشند نیز از دیگر موارد کاربرد های این حوزه می باشند.

### حجم بازار

در بعد اقتصادی بازی ویدئویی به گواهی آمار یکی از پرسودترین و اثر گذارترین بخش های صنایع خلاق است. فروش جهانی بازی در سال ۲۰۱۴ به رقم ۶۴/۹ میلیارد دلار رسید. در حالی که موسیقی با درآمد رو به افولش نهایتاً تنها رقم ۲۰/۹۷ میلیارد دلار را در ۲۰۱۴ تجربه کرد. افزون بر آن علیرغم فروش حدود ۹۰ میلیارد دلاری سرگرمی های تصویری در ۲۰۱۴، طبق نظر PWC که یکی از بزرگ ترین مراکز آینده پژوهی صنایع مختلف در جهان است نرخ رشد سالانه مورد انتظار برای بازی ها در بازه زمانی ۲۰۱۸-۲۰۱۳ برابر ۹/۶ درصد است که این نرخ فروش این صنعت را در ۲۰۱۷ از ۱۰۰ میلیارد دلار عبور خواهد داد، در حالی که سرگرمی های تصویری می توانند تنها انتظار افزایشی ۴/۵ درصدی در سال را در همین بازه زمانی داشته باشند.



در داخل کشور نمونه های از فروشگاه های اپلیکیشن آنلاین وجود دارد که از کافه بازار به عنوان موفق ترین نمونه آن ها می توان نام برد. در سال ۹۴ تعداد ۱۶ هزار توسعه دهنده در کافه بازار فعال بوده اند که درآمدی ۳۶/۶ میلیارد تومانی معادل ۱۰ میلیون دلار نصیب آن ها شده است. همچنین تعداد کاربران کافه بازار در سال ۹۴ به ۳۰ میلیون نفر رسیده است که ۱۴ درصد آن را خارجی ها تشکیل داده اند. مجله ای اکونومیست در سال ۲۰۱۴ ارزش بازار را در حدود ۲۰ میلیون دلار تخمین زده بود که با توجه به گذشت دو سال احتمالاً ارزش این فروشگاه رشد چشمگیری داشته است. در ادامه نمونه های از فناوری های نرم و هوبیت ساز معرفی شده و حجم بازار کسب و کار آن ها تشریح خواهد گردید.



### بازی های رایانه ای و نرم افزار

بازی های ویدئویی نیز به عنوان یکی از مهمترین بخش های صنایع خلاق در ابعاد اقتصادی و فرهنگی بسیار دارای اهمیت می باشند. اولین بازی ویدئویی که به بازار راه یافت در سال ۱۹۷۱ تولید شد، اما در طول این ۴۵ سال چنان پیشرفتی در این صنعت حاصل شده است که به سختی می توان بازی های ویدئویی امروزی را ادامه همان رسانه ای دانست که کمتر از نیم قرن پیش پا به عرصه وجود گذاشت. از جنبه دیگر میزان و گستره مصرف این محصول نیز در جهان و کشور بسیار بالاست.





متوالی امسال به عنوان چهارمین کشور اروپایی در بخش بازی ها ی ویدیویی انتخاب شده است. با رشد ۸ درصدی این صنعت (البته تا قبل از بحران اقتصادی به ۲۰ تا ۲۵ درصد در سال ۲۰۰۸ رسیده بود) اما با این حال صنعت بازی ها ی ویدیویی سالانه رکورد دار رشد در بخش سرگرمی است. در اوتاریو کانادا طراحی و توسعه ی بازی ها ی کامپیوتری با اختصاص ۳۹/۲ درصد از سهم درآمد استان محرک اصلی درآمد صنعت رسانه ها ی ارتباطی دیجیتال به شمار می رود.

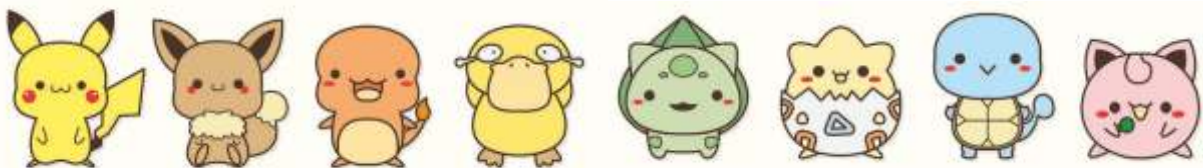
### اشتغال

در زمینه اشتغال و هزینه ایجاد شغل نیز بازی ها ی ویدیویی جایگاه بسیار خوبی دارند. در حالی که هزینه ایجاد شغل در بسیاری از صنایع چندصد میلیون تومان برآورد شده و چنین هزینه ای برای صنایعی چون پتروشیمی بسیار بسیار بالاتر می باشد، طبق برآورد مرکز پژوهش بنیاد ملی بازی ها ی رایانه ای هزینه ایجاد شغل در زمینه بازی ها ی ویدیویی چیزی بین ۲۵ تا ۳۰ میلیون تومان می باشد که این امر نشان دهنده چرخه سریعتر ایجاد شغل در این زمینه است. همچنین در این صنعت گستره وسیعی از تخصص ها چون متخصصان هنری، طراحی بازی، برنامه نویسی، صداگذاری، نشر و توزیع، مدیریت و درگیر می شوند که این امر هم مجدداً تأییدی بر توان کارآفرینی این عرصه بوده و هم نشان دهنده پیچیدگی تولید و مدیریت پروژه ها ی بزرگ بازی سازی است که گاه تا بیش از ۲۰۰ نفر از انواع تخصص ها ی بسیار متفاوت را در برمی گیرد.

در کشور فنلاند در طول تنها سه سال (از ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۵) رقم صادرات بازی ها ی ویدیویی از عدد ۲۵۰ میلیون یورو به رقم اعجاب انگیز ۲۴۰۰ میلیون یورو رسیده و در واقع حدود ۱۰ برابر شده است. در بریتانیا بر اساس میانگین آمار ها از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲ بخش نرم افزار، بازی ها ی رایانه ای و نشر الکترونیک دارای بیشترین خالص ارزش افزوده بوده است. این صنعت در سال ۲۰۰۱ با گردش مالی ۱ میلیارد پوندی رتبه دهم را بین صنایع خلاق به خود اختصاص داده است.

بازی ها ی رایانه ای، نرم افزار و نشر الکترونیک در سال ۲۰۰۱ با استخدام ۲۳۰۰۰ نفر رتبه یازدهم را به خود اختصاص داد. همچنین از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۳ تعداد افراد استخدام شده در این صنعت از ۳۷۹۴۰۰ نفر به ۸۲۵۰۰۰ نفر افزایش یافت که جایگاه آن را بین صنایع خلاق به رتبه اول جابجا کرد. همچنین با تغییر حجم صادرات از ۴۶ میلیون پوند در سال ۱۹۹۷ به ۸۰۱۱ میلیون پوند در سال ۲۰۱۲ جایگاه اول را در صادرات به خود اختصاص داده است. در آمریکا نرم افزار و علوم کامپیوتری در اقتصاد ۱۹٪ سهم دارد. بخش نرم افزار و خدمات کامپیوتر در ژاپن بین سال ها ی ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۱ رشد داشته است و استخدام در آن از ۴۵۵ هزار نفر به ۷۹۵ هزار نفر رسیده است که شامل ۴۰/۳ کل می باشد. پوکمون در ژاپن یک بازی ویدیویی است که به ویدئو و محصولات جانبی آن فرانسیز تعلق می گیرد. امروزه این بازی در سراسر دنیا گسترش یافته است و در سال ۲۰۱۱ بالغ بر ۳/۸ تریلیون یورو بر اقتصاد تأثیر داشته است. در آلمان صنایع خلاق که علاوه بر بخش ها ی صنایع فرهنگی شامل تبلیغات و نرم افزار و بازی ها ی ویدیویی می شود در سال ۲۰۱۶ اولین بار در آمار ها وارد شد و ۲۲ میلیارد یورو به تولید ناخالص افزود.

گردش مالی ایتالیا در صنعت بازی ها ی ویدیویی به ارزش ۱ میلیارد یورو برآورد شده است که این کشور زیبا برای پنجمین سال

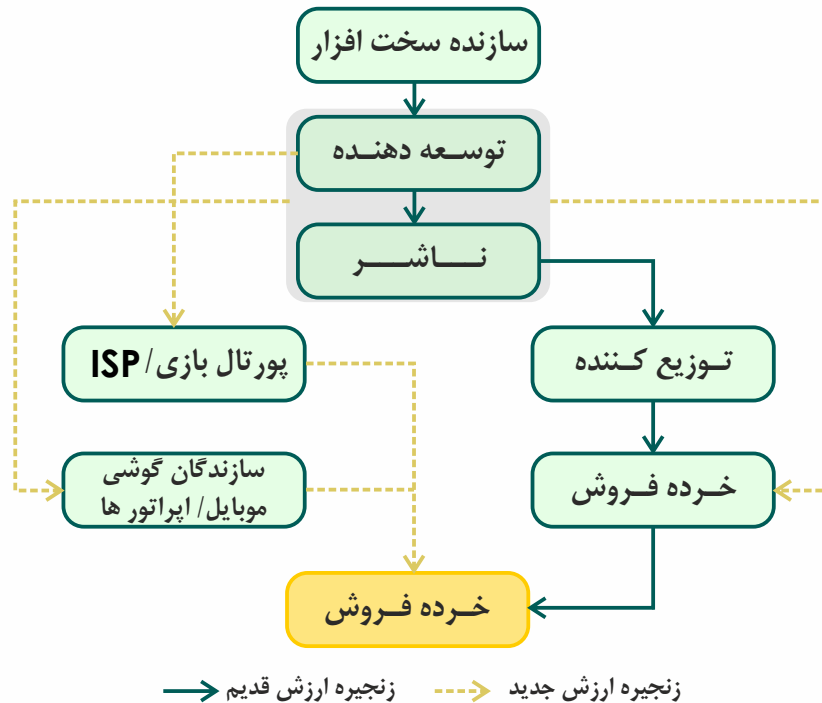




## بازی های رایانه ای در ایران

بر طبق آخرین پژوهش های انجام شده توسط مرکز پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سال ۹۵، هم اکنون در ایران بیش از ۲۳ میلیون نفر گیمر وجود دارد که در هفته بیش از یک ساعت به بازی کردن می پردازند که در بین این افراد میانگین زمان بازی کردن در روز بیش از ۷۹ دقیقه است. هر خانوار ایرانی به طور متوسط یک گیمر در درون خود دارد. نکته بسیار مهم این است که بازی ویدئویی دیگر تنها رسانه ای برای کودکان و نوجوانان نیست و هم اکنون با میانگین سنی ۲۱ سال برای مخاطبین خویش، تبدیل به رسانه ای همه گیر شده است.

زنجیره ارزش سنتی بازی های ویدئویی متشکل از تعدادی فعالیت نسبتاً خطی است که سیر خود را از تولید محصول تا مصرف دنبال می کنند. بازیگران متعددی از جمله سازندگان سخت افزار، توسعه دهندگان، ناشران، توزیع کنندگان و خرده فروشان در این زنجیره ارزش دخالت دارند. ظهور فرمت های جدید بازی و مدل های کسب و کار جدید، زنجیره ارزش سنتی را متحول کرده و رابطه بین بازیگران مختلف را تغییر داده است. زنجیره ارزش جدید بازی های ویدئویی در شکل زیر نشان داده شده است. ISP ها، پورتال ها و اپراتور های موبایل مسیر های جدیدی به سمت بازار ارائه می دهند. نقش توسعه دهندگان و ناشران تداخل پیدا کرده و هر یک به دنبال راهی برای کنار گذاشتن توزیع کننده و خرده فروش هستند تا مستقیماً به طرف کاربر بازی رفته و حاشیه های خود را وسیع تر کنند.



زنجیره ارزش بازی های ویدئویی و نرم افزار

## حجم بازار

طبق پیش بینی ها ارزش بازار جهانی بازی و انیمیشن در سال ۲۰۱۶، ۲۴۲/۹۳ میلیارد دلار خواهد بود، بنابراین نرخ رشد مرکب سالانه طی سال های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۶، ۱۲/۹۴٪ تخمین زده می شود. گفتنی است که پنجاه فیلم پویانمایی پرفروش در جهان، طی بیست سال از ۱۹۹۱ تا ۲۰۱۳ جمعاً نزدیک به ۳۰ میلیارد دلار فروش داشته اند و ۵۰ فیلم پرفروش تاریخ جهان کاملاً پویانمایی بوده و تقریباً در ۸۵ درصد دیگر از پویانمایی و جلوه های ویژه در آن ها استفاده شده است. این روند تا به امروز به همین منوال ادامه پیدا کرده تا جایی که ۳ فیلم از ۱۰ فیلم پرفروش سال ۲۰۱۳، تماماً پویانمایی های سه بعدی بودند و به طور متوسط، هر کدام حدود ۷۰۰ میلیون دلار فروش جهانی کرده اند. در نتیجه صنعت انیمیشن چنانچه رونق مناسب داشته باشد، می تواند حتی از صنعت نفت نیز سودآورتر باشد.

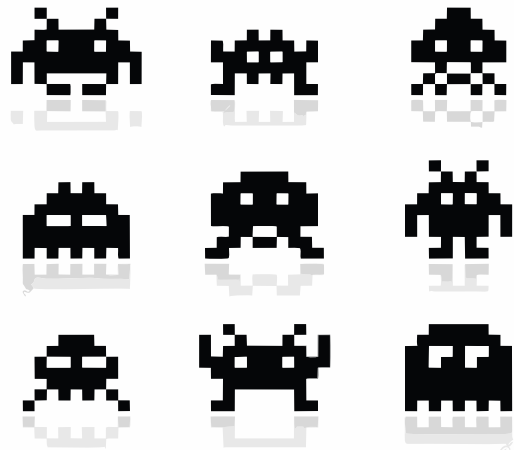
بر اساس آمار موجود، در سال ۲۰۱۲ صنعت پویا نمایی چین توسعه سریع داشته و ارزش تولید آن به ۳۲ میلیارد یوان رسیده است. برخی کارشناسان اعلام کرده اند که تا چند سال آینده انتظار می رود ارزش تولید صنعت پویا نمایی چین به بیش از صد میلیارد یوان برسد. بدین ترتیب نسبت آن در ارزش کل تولیدات ملی چین از یک صدهزارم به یک صدم افزایش می یابد. توسعه در رشد انیمیشن آنلاین ۲۳/۱ درصد در سال افزایش یافته است و به ۷/۸۵ میلیون رسیده است که نشان دهنده ی رشد و توسعه ی بالقوه و تبدیل چین به یک منطقه جدید برای رشد صنعت انیمیشن است.

امروز ایتالیا سومین تولیدکننده بزرگ اروپایی فیلم انیمیشن با ۲۶۵ ساعت برنامه رادیو و تلویزیونی در ۱۷ کانال تلویزیون که ۱۳ تا ی آن دیجیتال هستند و گردش مالی سالانه ۴۷ میلیون یورو است که ۱۳ درصد از گردش مالی سالانه در کل اروپا را داراست. در ایتالیا حدود ۱۰۰ شرکت تولید انیمیشن وجود دارد که حدود ۱۲۰ میلیون یورو تولید دارند و بزرگترین آن ها شرکت «رین باو» است.

فروش این صنعت در ایران در سال ۱۳۹۴ بالغ بر چهار هزار و ششصد میلیارد ریال (مشمول بر سخت افزار و نرم افزار) شده که متأسفانه تنها ۵ درصد آن متعلق به بازی های ایرانی بوده است. تمام این اعداد و ارقام نشان دهنده اهمیت و پتانسیل این حوزه و همچنین شدت فعالیت های انجام نشده در این زمینه است. طبق آخرین تحقیقات تاکنون ۳۷ عنوان بازی ایرانی توانسته اند در بازار جهانی درآمدزایی داشته باشند که میزان درآمدزایی این بازی ها در مجموع بالغ بر ۱،۲۳۵،۰۰۰ دلار بوده است. این رقم ها ممکن است در برابر میزان صادرات محصولات سنتی کشورمان اعداد بسیار کوچکی به نظر برسند، اما سهولت پیش برد این امر به ما نشان می دهد باید قدم های بزرگی در این مسیر برداشت.

## پویا نمایی

صنعت انیمیشن یکی از شاخه های صنایع خلاق است که در جهان به سرعت در حال رشد می باشد. این صنعت علاوه بر سودآوری و درآمدزایی بالا، تاثیر گذاری بر جنبه فرهنگی نیز دارد و از آنجا که کودکان و نوجوانان طیف وسیعی از مخاطبان را تشکیل می دهند، در تربیت نسل آینده تأثیر درخور توجهی ایفا می کند. لذا کشور هایی که در تولید انیمیشن پیشرو هستند، به نوعی قدرتمندی زیاد در جنگ نرم خواهند داشت و می توانند فرهنگ یک منطقه را با یک انیمیشن محبوب به دلخواه خود تغییر دهند. کشور های آمریکای شمالی و اروپایی ۹۰ درصد سرمایه گذاری در صنعت پویانمایی جهان را به خود اختصاص می دهند.





## پویانمایی در ایران

### پی‌نمایی

پی‌نمایی از شاخه‌های صنایع فرهنگی است که با وجود آنکه در کشورهای صنعتی مانند آمریکا و ژاپن کاملاً شناخته شده، در ایران ناشناخته مانده است. این صنعت یک نوع سبک طراحی کتاب تصویری است که بسیار مناسب برای کاراکترسازی و بالاخص ابرقهرمان‌سازی است و در کشورهای مختلف مبدأ تولد ابرقهرمانان متعددی مانند سوپرمن، باتمن، اسپایدرمن، ولورین، گارفیلد و... بوده است. نخستین کمیک استریپ‌ها بی‌کی که در دهه ۱۹۳۰ متولد شده‌اند، شامل ماجراهای خنده‌دار و ماجراجویانه قهرمانانی چون باک راجرز، تارزان و ماجراهای تن‌تن بودند.



پویانمایی در ایران از اواخر دهه پنجاه میلادی وارد عرصه شد. نخستین تلاش‌ها برای ساخت پویانمایی در ایران توسط اشخاصی مانند اسفندیار احمدیه، جعفر تجارچی، پرویز اصلو، نصرالله کریمی، پترس پالیان و اسدالله کفافی در بین سال‌های ۱۳۳۵ تا ۱۳۴۰ خورشیدی و در اداره کل فرهنگ و هنرهای زیبای تهران صورت گرفت. نخستین فیلم کوتاه پویانمایی نیز توسط اسفندیار احمدیه با عنوان ملانصرالدین در سال ۱۳۳۶ خورشیدی، با امکانات بسیار محدودی ساخته شد. صنعت انیمیشن در کشور ما علیرغم قدمت زیاد، توسعه نیافته و با چالش‌های فراوانی مواجه است. تهران ۱۵۰۰ اولین پویانمایی سینمایی بلند ساخت ایران در گونه کمدی بود که با هزینه‌ی ۲/۲ میلیارد تومان ساخته شد و فروش گیشه ۳/۷ میلیارد تومانی داشت.

رستم و سهراب، دیگر انیمیشن ساخت ایران است که طبق گفته‌ی تهیه‌کننده ۱۰ میلیون دلار فروش کرد! پخش خارجی فیلم در حدود ۱۰۰ کشور و در کشورهای چین، تایوان، هند، ژاپن، آفریقای جنوبی، فرانسه، ایتالیا، سوئیس، بلژیک، اسپانیا، انگلیس، آلمان و... انجام شد. شاهزاده‌ی روم با فروش بیش از سه میلیارد تومان دیگر انیمیشن ایرانی است که در سال ۱۳۹۴ اکران شد.

## حجم بازار

در آمریکا حدوداً هر ماه ۷ میلیون نسخه کتاب و مجلات پی نمایی منتشر می شود. در سال اخیر میزان فروش تمام شرکت های پی نما در آمریکای شمالی تقریباً ۵۰۰ میلیون دلار بوده است. این در حالی است که فارغ از محصولات دیگر نظیر عروسک، لوازم التحریر، اسباب بازی، گیم و ...، تنها فیلم های برگرفته از شخصیت های پی نمایی شرکت مارول در سال ۲۰۱۵، جمعاً دو میلیارد دلار فروش داشته است. کشور ژاپن در هر بار چاپ کمیک، تیراژ ۵۰۰ میلیون نسخه را دارد که البته درآمد بالایی هم از آن به دست می آورد. این درآمد بیش از درآمد نفت کشورمان است.

کمیک صنعت نسبتاً پویا و خلاق در ایتالیا است که نقش شگرفی در بازار های بین المللی برای حداقل یک قرن داشته است. در روند جهانی شدن این بخش تأثیر زیادی در ایجاد قدرت خلاقیت ایتالیا داشته است. قطب های حساس چاپ و نشر کمیک چه از لحاظ جغرافیایی و چه شرایط بازار، میلان، بولونیا و مادنا است.

در کشور مصر یک شرکت به نام A.K Comics وجود دارد که با موضوع ابرقهرمانان غرب آسیا محصول تولید می کند. این شرکت در سال ۲۰۰۴ آغاز به کار کرد و تاکنون به دو زبان عربی و انگلیسی کار تولید کرده است. مؤسس این شرکت دکتر آیمان کاندیل است و موضوعات داستان ها به صورت غیرمستقیم به تحریک احساسات اعراب بر علیه یهودیان صهیونیستی می پردازد. کشور دیگری که سابقه فعالیت پی نمایی دارد کویت است. شرکتی که در این کشور ثبت شده است و محصولات پی نمایی تولید می کند، تشکیل کمیک با مدیریت دکتر نایف المطوی است.

یکی از محصولات بنام این شرکت مجموعه ۹۹ ابرقهرمان است که بخش اعظم بازار این محصول در کشور آمریکا است. هم اکنون به دلیل مخالفت علمای وهابی تولید پی نما در این کشور تحت الشعاع قرار گرفته و عمده محصولات در آمریکا توزیع می شود. کشور هایی نظیر امارات نیز محصولات بسیار محدود و اندکی تولید کرده اند که بیشتر جنبه سفارشی و با خرید آثار هنرمندان کشور های آمریکای جنوبی بوده است و جنبه استقلال صنعتی و خودکفایی ندارد.



## پی نمایی در ایران

داستان های مصور به زبان فارسی تا دهه ۱۳۴۰ خورشیدی رایج نبودند. در این سال ها مجله کیهان بچه ها، شروع به انتشار داستان های مصور کرد. در سال های ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۶ انتشارت یونیورسال، به مدیریت ماردیک بوغوسیان، سیزده عنوان از ماجرا های تن تن و میلو را به ترجمه خسرو سمیعی به چاپ رساند. در سال ۱۳۵۵ انتشارت یونیورسال کتاب «عظمت بازیافته» را با تصویرگری طراحی بلژیکی به نام دینو آتاناسیو منتشر کرد.

بسیاری از منحنی های رشد در زمینه سرمایه گذاری و کاربری در آموزش الکترونیکی هم سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶ را نشان گرفته اند. پیش بینی شده تا سال ۲۰۲۵، ۸۵ درصد از آموزش ها در جهان به صورت الکترونیکی باشد. بر اساس میانگین آمارها بخش نرم افزار، بازی های کامپیوتر و نشر الکترونیک دارای بیشترین خالص ارزش افزوده در بریتانیا می باشد.

### اشتغال

در بریتانیا بر اساس میانگین آمارها بخش نرم افزار، بازی های کامپیوتر و نشر الکترونیک دارای بیشترین استخدام می باشند. همچنین در بحث صادرات هم بخش نرم افزار و نشر الکترونیک و بازی های کامپیوتری رتبه اول را داراست.

### تولید محتوا و نشر دیجیتال در ایران

در ایران برگزاری جشنواره های تولید محتوای دیجیتال توانسته است در جهت شناسایی و پرورش استعدادها در این زمینه کمک شایانی نماید. این جشنواره با حمایت بخش خصوصی و نهادهای حامی به زایشگاه محتوای دیجیتال کشور بدل خواهد شد و زمینه صادرات تولیدات بومی این حوزه را به دیگر کشورها فراهم می کند. عبور از الگوی مونتاژ کاری و حرکت به سمت تولید در عرصه تولید محتوای دیجیتال امری ضروری است.



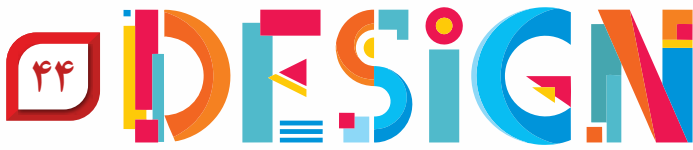
این کتاب اثری تبلیغاتی بود که تاریخ معاصر ایران را بنا بر روایت رسمی حکومت وقت بیان می کرد. در همین سال نخستین داستان مصور ایرانی با عنوان رستم و اسفندیار با تصویرگری سیروس راد توسط کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان منتشر شد. در سال های اخیر نیز گروه های زیادی مانند ایران کمیک اقدام به ترجمه آثار برتر جهان کرده و آن ها را در غالب نرم افزار برای تلفن های هوشمند و تبلت ها ارائه کرده اند.

در ایران سالانه حداکثر ۳۰ هزار نسخه کتاب و مجلات بی نمایی منتشر می شود که جای گسترش و پیش رفت بسیار بالایی دارد. (آمار آمریکا تقریباً ۲۸۰۰ برابر ایران است)

در این میان آسیا رشد چشمگیری ۲۸/۴ درصد را دارد و وجود فرصت های کسب درآمد در بعضی از کشورهای آسیایی باعث جذب سرمایه گذاران و تامین کنندگان از تمام نقاط جهان شده است. تا سال ۲۰۱۵، آسیا دومین منطقه جهان به لحاظ حجم بازار خواهد بود و اروپا جای خود را به آسیا خواهد داد. هند بالاترین میزان رشد را در این منطقه به خود اختصاص داده است و کشورهای چین و مالزی در رتبه های بعدی قرار دارند. البته کره جنوبی با وجود اینکه بازاری بسیار بالغ و توسعه یافته دارد اما هنوز رشدی معادل ۱۲/۹ درصد را تجربه می کند؛ با این حال این نرخ رشد در مقایسه با بعضی از کشورهای آسیایی رنگ می بازد. خاورمیانه و آفریقا در بلند مدت فرصت های درآمدی مهمی را برای سرمایه گذاران و تولید کنندگان ایجاد خواهند کرد.

سال ۲۰۱۳ فقط نرم افزار های متن باز حدود ۱۲ میلیارد دلار در بخش آموزش الکترونیکی در آمریکا سرمایه گذاری کردند و این قبیل سرمایه گذاری ها بهانه ای شد تا عده ای سال ۲۰۱۴ را سال تصمیم گیری جدی در آموزش الکترونیکی بنامند.





متأسفانه بخش قابل توجهی از پهنای باند کشور در اختیار سرویس ها ی محتوای دیجیتال خارجی است در حالی که این ظرفیت وجود دارد که بستر ها ی محتوای دیجیتال بومی از این ظرفیت استفاده کنند. در اغلب کشور ها ی دنیا، ۱۰ تا ۲۰ رتبه اول الکسا مربوط به وبسایت ها ی آمریکایی است، اما در ایران، در میان هفت رتبه اول برتر سایت ها ی پر بیننده، به وب سایت ها و استارتاپ ها ی ایرانی مانند آپارات و دیجی کالا می رسیم.

### طراحی صنعتی

طراحی صنعتی، حرفه خلق و توسعه مفاهیم و مشخصاتی است که کاربرد، ارزش و ظاهر محصولات و سیستم ها را بر اساس منفعت دوطرفه تولید کننده و مصرف کننده بهینه می کند. ارتقای کارکرد، کاربرد و تجربه استفاده، پایداری محیطی بالاتر، تغییر جایگاه در بازار و بهبود عملکرد تجاری از اثرات مثبت طراحی صنعتی هستند. به عنوان مثال آی پاد که برای داشتن ظرفیت بیشتر و اندازه کوچکتر باز طراحی شده بود، در بهار ۲۰۰۴ به بازار عرضه شد و ارزش برند اپل را ۲۴٪ نسبت به ۲۰۰۳ افزایش داد. هم چنین کشور ها ی مختلف تجارب مفید و گوناگونی در ارتباط با طراحی صنعتی از سر گذرانده اند.

یک مطالعه در سال ۲۰۰۵ در انگلستان نشان داد که شرکت هایی که طراحی را با عملیات ها ی درون سازمانی خود یکی کرده بودند دو برابر بیشتر محصولات و خدمات جدید ارائه می دادند. بین سال های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۵ ۸۰٪ این شرکت ها محصولات یا خدمات جدید را تولید کرده بودند که دو برابر ۴۰٪ مربوط به میانگین شرکت ها ی انگلیسی بود. از آنجا که طراحی صنعتی به ایجاد بازار های جدید و افزایش سهم از بازار ها ی فعلی کمک می کند. شرکت ها ی حساس به طراحی در انگلستان توانستند سهم بازار خود را ۶.۳٪ از طریق طراحی افزایش دهند.

یک تحقیق بین شرکت ها ی کوچک و متوسط فعال در بخش تولید انگلستان نشان داد که میانگین زمان بازگشت سرمایه پروژه ها ی طراحی ۱۵ ماه از زمان ارائه محصول به بازار است. ۴۸٪ از پروژه ها هزینه ها ی خود را در عرض یکسال یا کمتر از زمان عرضه محصول جبران کردند. تقریباً ۹۰٪ از محصولات هزینه ها ی خود را در عرض کمتر از ۳ سال بازگرداندند.

در انگلیس سرمایه گذاری در طراحی می تواند به رشد درآمد شرکت کمک فراوانی کند. بررسی سالانه بین شرکت ها ی انگلیسی نشان داد تأثیر طراحی بر درآمد از راه ها ی گوناگونی است:

- با هر ۱ پوند سرمایه گذاری در طراحی در شرکت ها ی «حساس به طراحی» درآمد شرکت ۲/۲۵ پوند افزایش یافت.
- احتمال افزایش درآمد در شرکت ها یی که سرمایه گذاری در طراحی را افزایش داده بودند بیشتر بود.
- احتمال افزایش درآمد در صورتی که شرکت طراحی را به عنوان راهبر و هدایت کننده فرآیند توسعه محصول یا خدمات استفاده می کرد بیشتر بود.
- شرکت ها ی حساس به طراحی میانگین افزایش درآمدشان ۶۰۲۰۰۰ پوند بود.

در دانمارک رابطه مثبتی بین سرمایه گذاری در طراحی توسط شرکت و افزایش فروش وجود دارد. شرکت های دانمارکی که در طراحی سرمایه گذاری کرده بودند افزایش درآمد ناخالص شان ۲۲٪ بیشتر از شرکت های بی بود که طی ۵ سال گذشته در طراحی سرمایه گذاری نکرده بودند. همچنین رابطه ای بین افزایش درآمد ناخالص و رفتار خرید طراحی وجود دارد. در حالی که شرکت های بی که از طراحی استفاده می کنند رشد درآمد ناخالص بالاتری را تجربه می کنند، شرکت های بی که خدمات طراحی را هم داخلی و هم خارجی می خردند بیشترین رشد را به دست آورده اند.

درآمد ناخالص همچنین به تعهد نسبت به طراحی در یک شرکت بستگی دارد. شرکت های دانمارکی که استفاده بیشتری از طراحی می کنند عملکرد کاملاً بهتری نسبت به شرکت هایی داشتند که از طراحی فقط برای ظاهر و استیل محصول نهایی استفاده می کنند. حتی شرکت های بی که فعالیت های طراحی خود را افزایش داده بودند ۴۰٪ افزایش درآمد ناخالص بیشتری را نسبت به شرکت های بی که فعالیت های طراحی شان ثابت بود یا کاهش داشت تجربه کردند. این یافته این فرضیه را ثابت می کند که داشتن رویکرد سیستماتیک نسبت به طراحی عملکرد اقتصادی بهتری به دنبال دارد. شرکت هایی که در طراحی سرمایه گذاری می کنند صادرات بیشتری نسبت به دیگر شرکت ها دارند. در دانمارک شرکت هایی که از طراحی استفاده می کنند ۳۴٪ درآمدشان مربوط به طراحی است در حالی که میانگین این رقم بین شرکت های دیگر ۱۸٪ است.

یک مطالعه ۷ ساله در آمریکا بین ۲۰۰ شرکت تولیدی آمریکایی که اطلاعاتشان را به اداره بورس و اوراق بهادار آمریکا SEC ارائه می دادند نشان می دهد شرکت های دارای طراحی صنعتی کارا تر (بر اساس رتبه بندی جهانی توسط مدیران) همیشه و خودبه خود از رقبای خود عملکرد بالاتری دارند. همچنین در شرکت های دارای «طراحی کارا» سود قبل از هزینه های بهره، مالیات و استهلاک نسبت به فروش خالص به طور میانگین ۷۵٪ از میانگین صنعت طی یک دوره ۷ ساله بالاتر بود و شرکتهای دارای طراحی صنعتی ناکارآمد ۵۵٪ نسبت پایین تری داشتند. طراحی صنعتی منافع دیگری نیز برای کشورها دارد که در ادامه به آن پرداخته می شود.

در فنلاند مطالعاتی که از سراسر جهان انجام شده است نشان می دهد که شرکت ها عموماً کمتر از ۱٪ فروش خالص خود و ۵٪-۲۰٪ هزینه های نوآوری خود را سالانه به طراحی صنعتی اختصاص می دهند. یک تحقیق بین شرکت های تولیدی فنلاندی نشان داد که هزینه های طراحی در مقایسه با دیگر هزینه های تحقیق و توسعه بسیار کم هستند. به طور میانگین آن ها ۳٪ از فروش خالص و ۱۲٪ از هزینه تحقیق و توسعه را به خود اختصاص می دهند. حتی در شرکت هایی که از طراحی به طور منظمی استفاده می کردند هزینه های آن تنها ۵٪ از کل فروش خالص و ۱۶٪ از هزینه های تحقیق و توسعه را به خود اختصاص می داد.



## حجم بازار

در سال ۲۰۰۱ طراحی در بریتانیا با ۲۶/۷ میلیارد پوند گردش مالی رتبه ی دوم را به خود اختصاص داده بود. همچنین با استخدام ۷۶۰۰۰ نفر رتبه ششم و با صادرات ۱۰۰۰ میلیون پوندی رتبه چهارم را در بین صنایع خلاق داشت.

۴۶

## اشتغال

در بریتانیا استخدام در این صنعت از ۸۰۷۰۰ نفر در ۱۹۹۷ تا ۱۷۷۰۰۰ نفر در ۲۰۱۳ تغییر داشته است. همچنین حجم صادرات در بازه ذکر شده از ۹۰ تا ۱۹۰ میلیون پوند تغییر داشته است. مجموعاً صادرات و واردات کالاها ی هنری در فرانسه با ۹۷۶ میلیون یورو در سال ۲۰۱۲، در میان ۵ کشور اول دنیا است و تقریباً ۲۰٪ تولیدات کمپانی های طراحی صادر می شوند که این بیشترین اندازه صادرات در مقایسه با صادرات موسیقی و فیلم است.

## طراحی صنعتی در ایران

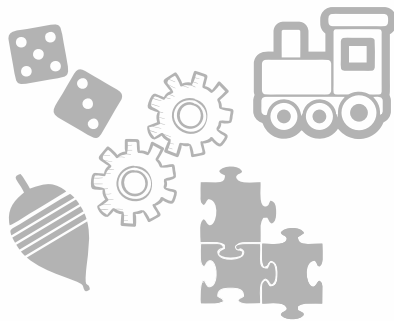
طراحی صنعتی در ایران هنوز یک صنعت نوپاست. در سال های اخیر پس از راه اندازی دفاتر طراحی صنعتی در شرکت های بزرگ، تعدادی از فارغ التحصیلان نیز به صورت تصاعدی در شرکت های بزرگ در صنعت های خودرو سازی و شرکت های لوازم خانگی در حال جذب شدن هستند که البته هنوز نمی توان به عنوان یک بازار کار بزرگ روی آن حساب باز کرد.



بعضی از این هزینه ها داخلی بودند و سهم خدمات خارج از شرکت طراحی حدود ۷۶٪ از کل هزینه ها بود. این تحقیق نشان داد هزینه های مرتبط با نوآوری را اندازه گرفت و اعلام کرد که در بین کل این هزینه در شرکت ها ۸٪ مربوط به طراحی و ۳۷٪ مربوط به تحقیق و توسعه بود. حدود ۹۰٪ شرکت های فنلاندی که به طراحی نیاز داشتند از خدمات خارج شرکت استفاده کرده اند در حالی که این رقم برای شرکت های دانمارکی ۴۰٪ است در انگلستان ۲۰٪ از شرکت ها از خدمات آژانس های طراحی خارجی استفاده می کنند حدود ۳۰٪ شرکت های فنلاندی طراحان داخلی دارند و میانگین تعداد طراحان آن ها شش می باشد. این نسبت برای انگلستان نیز به همین مقدار است و میانگین کارکنان بین ۲ تا ۴ نفر است. حدود ۲۵٪ از شرکت ها بخش طراحی جدا گانه داشتند که این درصد برای شرکت های بزرگ بیشتر بود. حدود ۵۰٪ شرکت ها معمولاً از طراحی و نه فقط طراحی صنعتی در بخش هایی که مرتبط با مشتری یا مصرف کننده است استفاده می کردند و کمتر آن را در عملیات های داخلی خود به کار می بردند.

همچنین مطالعات دیگری در آسیا و اروپا نشان می داد که شرکت ها روز به روز بیشتر بر روی طراحی سرمایه گذاری می کنند. ریسک مربوط به سرمایه گذاری در طراحی حداقلی است و فاکتورهای اصلی که باعث شکست می شوند قابل کنترل هستند. یک مطالعه بین شرکت های کوچک و متوسط بخش تولید انگلستان نشان داد تقریباً ۹۰٪ شرکت هایی که در طراحی سرمایه گذاری کرده اند توانستند هزینه های خود را جبران کنند و به سود دهی برسند. شکست در طراحی صنعتی معمولاً مربوط به کمبود مهارت های مدیریت طراحی مناسب در شرکت است. این نقص می تواند منجر به اهداف مبهم، نبود ترکیب و یکی شدن با فرآیندهای داخلی سازمان و توجه به ظاهر به جای بهبود حقیقی محصول شود.





## اسباب بازی

در روانشناسی و رفتار شناسی، بازی به هر فعالیت جسمی یا ذهنی که بصورت انفرادی یا گروهی به صورت اختیاری با هدف سرگرمی و لذت بردن انجام می پذیرد، گفته می شود. به هر وسیله و ابزاری که می تواند برای بازی استفاده شود، اسباب بازی گفته می شود و بر اساس گروه سنی، کاربردی، موضوعی، جنسیتی و تولیدی می توان آن را دسته بندی کرد.

## صنعت اسباب بازی در ایران

باستان شناسان در کاوش هایی که در شوش، گیلان و سیلک کاشان انجام داده اند، مجسمه های ظریفی از انسان و چهارپایان و پرندگان یافته اند که از سفال و چوب و سنگ ساخته شده اند نویسنده کتاب داراب نامه، در کتاب خود نام بعضی از اسباب بازی ها، مانند دهل، بوق، گردونچه (گردونه کوچک) و اسب چوبی را آورده است. در کتاب های تاریخ و واژه نامه های قدیم نیز نام بعضی از اسباب بازی های سنتی و کهن ایرانی آمده است که از آن میان می توان به فرره، چالیک، (الک دولک)، ججغه، اسب چوبی و عروسک اشاره کرد. استفاده از اسباب بازی های غربی به دوره ناصرالدین شاه بر می گردد. وی از سفرهای خود به اروپا سوغاتی های مختلفی به همراه آورد. عروسک نیز یکی از آن ها بود.

## حجم بازار

رشد صنعت اسباب بازی در سال ۲۰۱۶ هفت درصد پیش بینی شده بود. بازار اسباب بازی در دنیا ارزشی به مبلغ ۸۴/۱ میلیارد دلار داراست. جدول زیر نرخ رشد بازار اسباب بازی در جهان را طی سال های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ نشان می دهد.

### سرانه خرید اسباب بازی

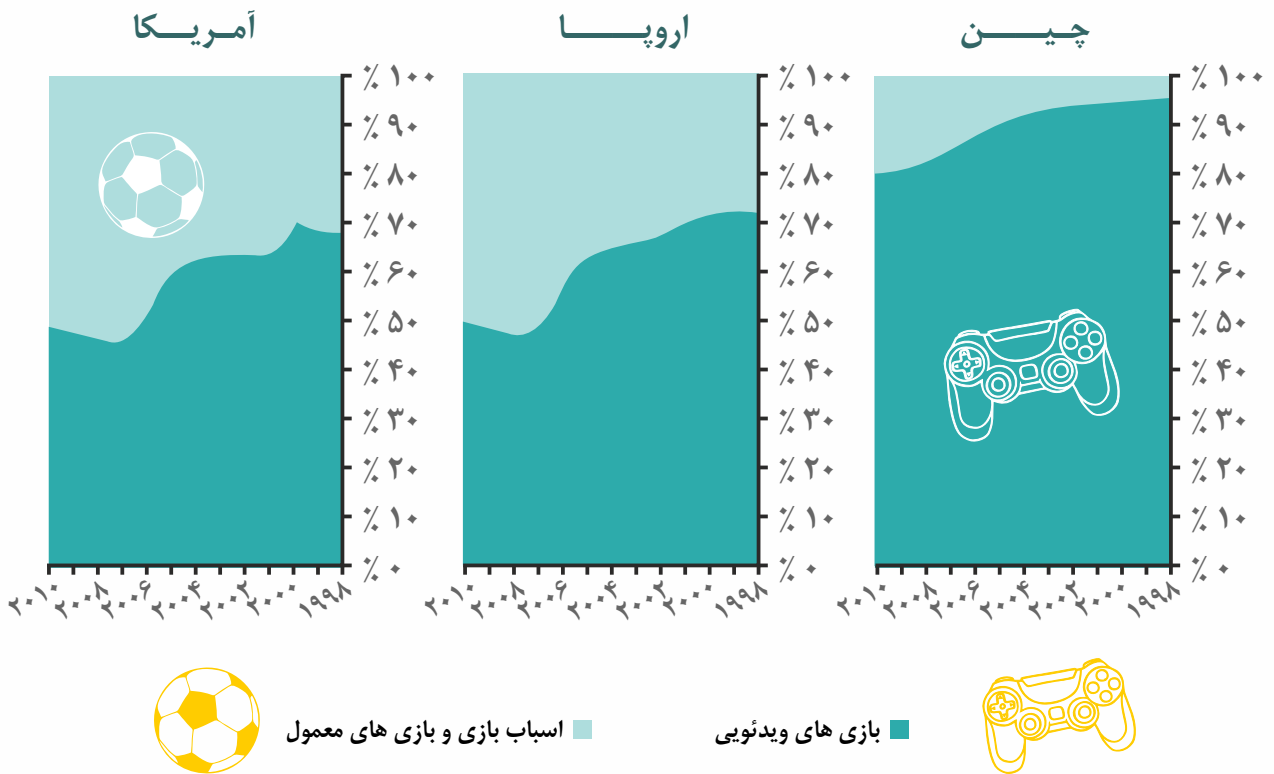
آمریکا	۷۶ دلار
اروپا	۱۲۱ دلار
آسیا و اقیانوسیه	۱۳ دلار
آفریقا	۱ دلار
چین	۶ دلار
ایران	۵ دلار

در آمریکا ارزش بازار اسباب بازی ۲۲ میلیارد دلار است!

کشور	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶
اروپا	% ۴/۳۱	% ۳/۹۹	% ۳/۹۹	% ۴/۱۶	% ۴/۰۲	% ۳/۹۸
آمریکا	% ۱۱/۳۳	% ۳/۷۴	% ۳/۷۴	% ۳/۴۸	% ۱/۹۰	% ۲/۴۴
چین	% ۲۸/۰۷	% ۱۵/۴۸	% ۱۵/۴۸	% ۱۵/۸۳	% ۱۶/۱۱	% ۱۷/۱۴
دیگر کشورها	% ۱۲/۴۲	% ۶/۹۴	% ۶/۹۴	% ۶/۹۵	% ۷/۳۱	% ۷/۲۴

## نرخ رشد بازار اسباب بازی در جهان

نسبت‌های اسباب بازی‌ها به بازی‌های ویدئویی در آمریکا، اروپا و چین



عروسک‌هایی که چهره‌های ایده‌آل غربی داشتند با چشمانی روشن و موهایی بلند و آرایشی مخصوص اروپایی‌ها. واردات اسباب بازی و وسایل سرگرمی در کشور ما (بدون احتساب قاچاق) حدود ۵۰ میلیون دلار در سال ۹۰، ۲۵ میلیون دلار در سال ۹۱، ۵۰ میلیون دلار در سال ۹۲، ۷۲ میلیون دلار در سال ۹۳، ۸۰ میلیون دلار در سال ۹۴ بوده است. پرواضح است که انفعال و عدم توجه مناسب به این صنعت ایران را تبدیل به یکی از بزرگ‌ترین واردکننده‌های این حوزه کرده است. واحدهای صنفی تولیدکننده اسباب بازی در سال ۹۲، دویست واحد و حدود ۴۰۰۰ واحد هم در بخش توزیع آن فعالیت داشتند.



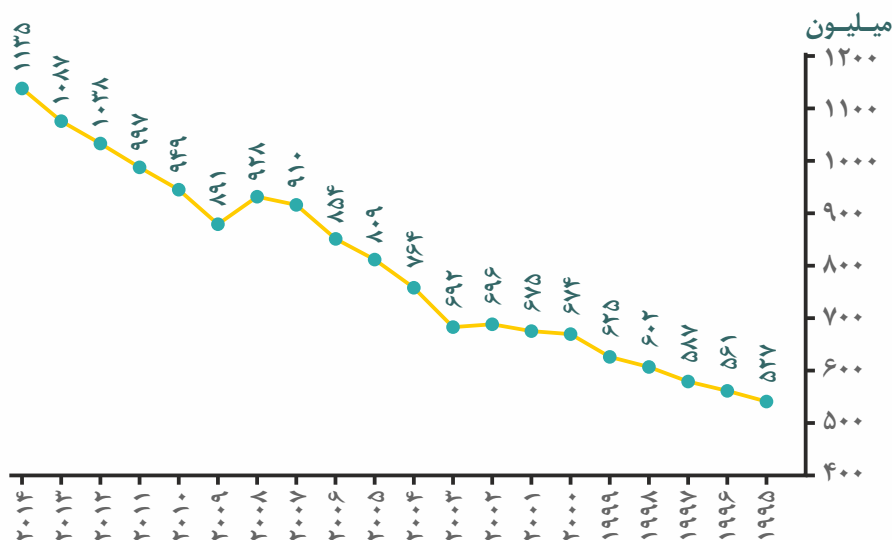
## حجم بازار

## گردشگری

طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۴ بیش از یک میلیارد سفر بین‌المللی ثبت شده است که این تعداد سفر، درآمدی به میزان ۱/۲۴۵ میلیارد دلار عاید کشورهای میزبان نموده است. حال اگر درآمد حاصل از صادرات کالا را از طریق گردشگران در میزان درآمد حاصل از گردشگری نیز محاسبه نماییم، مشخص خواهد شد که صنعت گردشگری در سال ۲۰۱۴ روزانه مبلغی به میزان ۴ میلیارد دلار در جهان درآمد ایجاد کرده است.

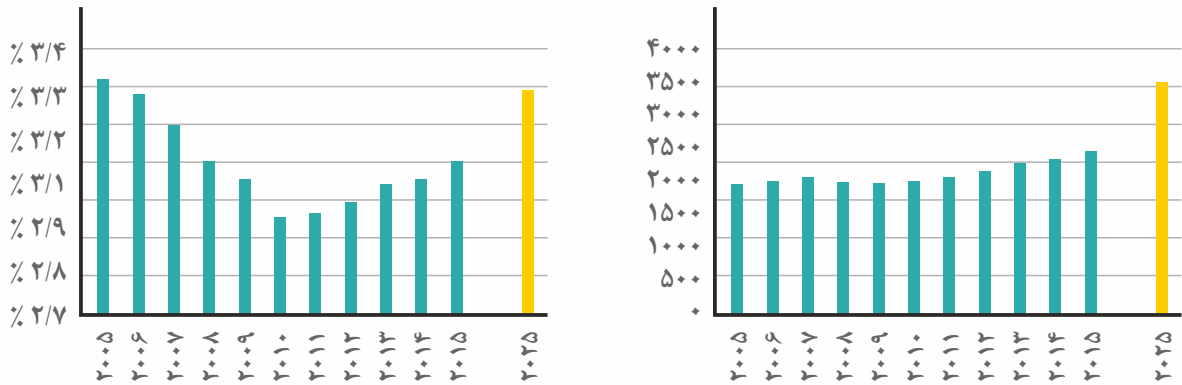
صنعت گردشگری طی دهه‌های اخیر توانسته است از طریق تأثیرگذاری بی‌نظیری که بر اقتصادهای جهانی داشته است، نظر بسیاری از سیاست‌گذاران کلان کشورهای مختلف را به خود معطوف نماید. صنعت گردشگری یکی از معدود صنایعی بوده است که توانسته به خوبی از گذرگاه دشوار بحران اقتصادی عبور کرده و هم‌اکنون به عنوان یکی از سودآورترین فعالیت‌های اقتصادی شناخته شود.

گردشگری فرهنگی، طبیعت، تجاری، مذهبی و سلامت انواع مختلفی از گردشگری می‌باشند. همچنین می‌توان آن را بر اساس انگیزه، موقعیت مکانی، هدف و یا موضوع طبقه‌بندی کرد.



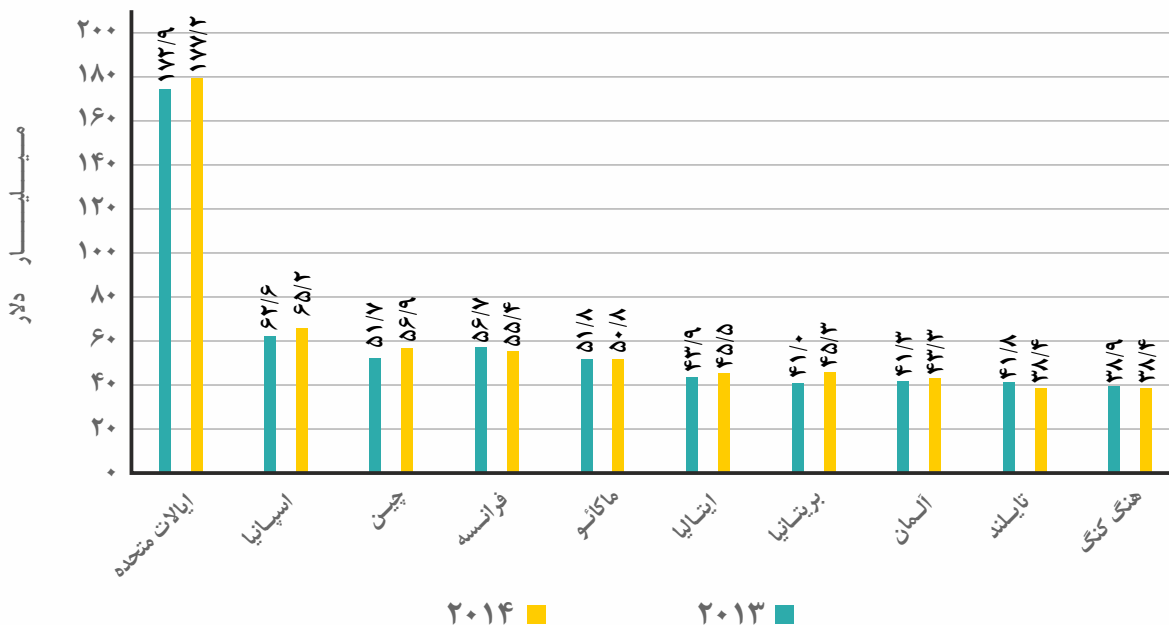
سفرهای بین‌المللی بین سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۴

سازمان جهانی گردشگری پیش بینی می نماید تا سال ۲۰۳۰ تعداد کل سفرهای بین المللی به حدود ۲ میلیارد سفر در سال برسد و به همین دلیل است که این سازمان صنعت مذکور را مهمترین «پیشران خروج اقتصادهای جهانی از بحران» قلمداد می نماید.



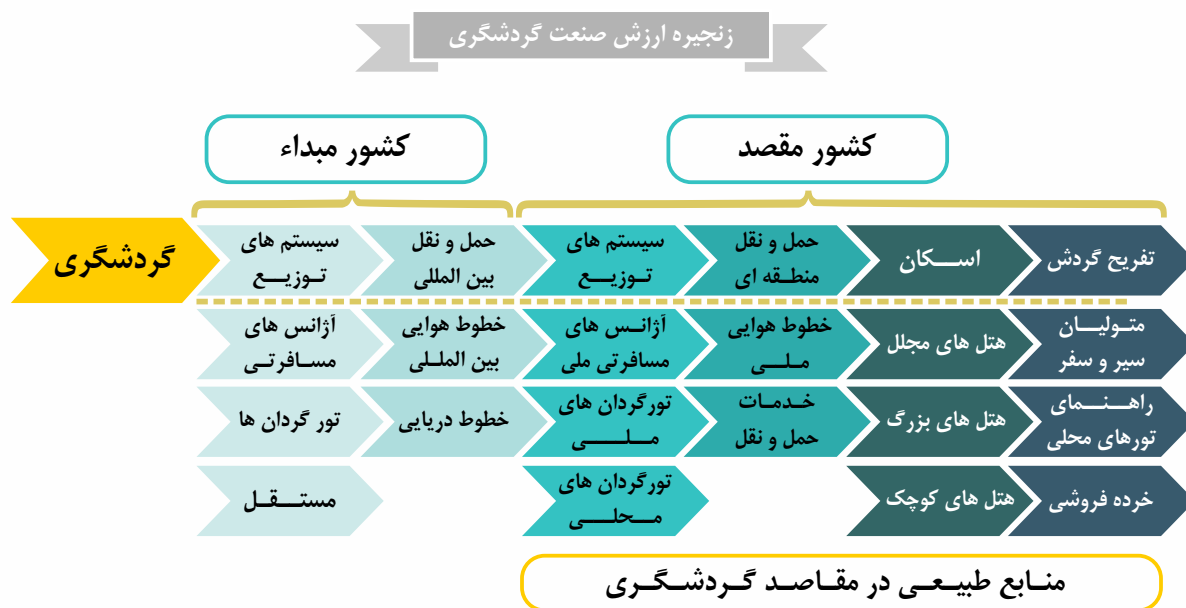
درآمد جهانی صنعت گردشگری (میلیارد دلار آمریکا) نمودار ۵: درصد تاثیر گذاری گردشگری بر درآمد ناخالص

طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری کشورهای زیر به عنوان ده کشور برتر از لحاظ درآمدهای گردشگری در سال ۲۰۱۴ می باشند، که همانطور که در شکل ۶ قابل مشاهده است، ایالات متحده آمریکا با ۱۷۷/۲ میلیارد دلار درآمد با اختلاف در صدر جدول قرار گرفته است.



ده کشور برتر از لحاظ درآمدهای گردشگری در سال ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴

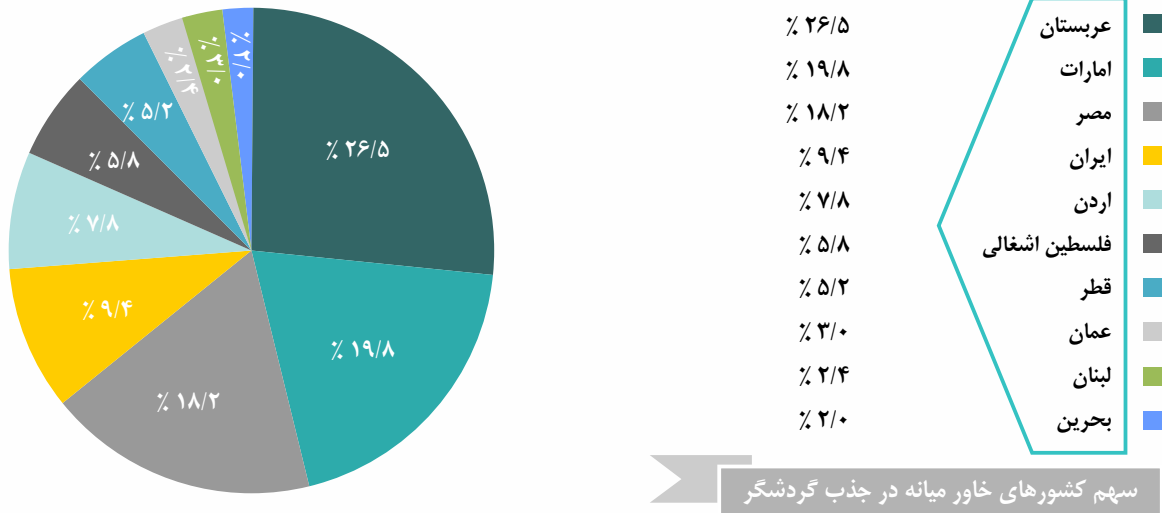
در صنعت گردشگری همواره ایرلاین ها، خطوط کشتیرانی، تورگردان های بین المللی و برندهای نام آشنای صنعت هتل داری در زنجیره ارزش صنعت گردشگری پیشتاز بوده اند. زنجیره ارزش صنعت گردشگری به طور کلی تحت تأثیر خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات قرار گرفته و روابط بین بازیگران کلیدی این عرصه تسهیل شده است. در ادامه مدل فعالیت بازیگران صنعت گردشگری در شکل زیر ارائه شده است:



## گردشگری در ایران

شورای جهانی سفر و گردشگری در گزارش خود ارزش صنعت گردشگری ایران برای سال ۲۰۱۴ را در حدود ۷.۸ میلیارد دلار تخمین زده بود. جایگاه ایران در رتبه بندی جهانی از نظر درآمد در رتبه ۳۵ دنیا قرار می گرفت. شورای جهانی سفر و گردشگری در گزارش خود با عنوان «سفر و گردشگری: تأثیر اقتصادی - ایران ۲۰۱۵» اضافه کرده است که انتظار می رود در سال ۲۰۱۵ صنعت گردشگری ایران به رشد ۶/۶ درصدی دست یابد. در این گزارش آمده است که در سال ۲۰۱۴ سفر و گردشگری در ایران به طور مستقیم ۴۱۳.۰۰۰ شغل که معادل با ۱/۸ درصد از اشتغال زایی کشور است را پشتیبانی می کند. آنچه بیش از هر آماری نشان دهنده شکاف میان وضع موجود و مطلوب در صنعت گردشگری کشور است مقایسه وضعیت رقابت پذیری این صنعت در سطح جهانی بوده که ایران را در گزارش مجمع جهانی اقتصاد در جایگاه نود و هفتم قرار می دهد.

طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری، ایران از لحاظ جذب گردشگر، در جایگاه چهل و هشتم در میان کشورهای جهان قرار می گیرد. ایران از لحاظ جذب گردشگر در میان کشورهای خاورمیانه با جذب حدوداً ۴/۷ میلیون گردشگر در سال، با اختلاف در رتبه ی چهارم قرار گرفته است که در نمودار ۷ مشاهده می گردد. البته یکی از مهمترین رقبای منطقه ای ایران کشور ترکیه است که حدوداً سالانه ۳۵ میلیون گردشگر خارجی از این کشور بازدید می نمایند. اما نکته قبل توجه این است که طبق تقسیم بندی های جهانی ترکیه در دسته کشورهای خاورمیانه برشمرده نمی شود و به همین دلیل در شکل زیر نیز مشاهده نمی شود.



با توجه به چشم انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران لازم است سهم ایران از شمار گردشگران جهانی از ۹ صدم درصد در سال ۸۳ به ۱/۵ درصد در سال ۱۴۰۴ سال پایانی چشم انداز ۲۰ ساله آینده افزایش یابد، یعنی حدود ۲۰ میلیون نفر گردشگر و سهم ایران از درآمد گردشگری جهانی از ۷ صدم درصد در سال ۸۳ به ۲ درصد در سال ۱۴۰۴ رشد یابد به گونه ای که کشور ایران در سال ۱۴۰۴ سالانه قریب ۲۵ میلیارد دلار از محل گردشگر ورودی درآمد کسب نماید. تصویر توسعه گردشگری ایران در طول چهار برنامه چشم انداز با در نظر گرفتن حدود ۷۰۰ هزار نفر رقم پایه گردشگر ورودی به ایران در سال ۱۳۸۳ مطابق شکل زیر خواهد بود:



شورای جهانی سفر و گردشگری در گزارش خود با عنوان «سفر و گردشگری: تأثیر اقتصادی-ایران ۲۰۱۵» آمده است که در سال ۲۰۱۴ سفر و گردشگری در ایران به طور مستقیم ۴۱۳،۰۰۰ شغل که معادل با ۱/۸ درصد از اشتغال زایی کشور است را پشتیبانی می کند.

### صنایع دستی

از نظر لغوی اصطلاح صنایع دستی دارای مفهوم واحدی نیست و تاکنون تعاریف متعددی از آن ارائه شده است. دائرة المعارف بریتانیا صنایع دستی را جز صناعی می داند که مهارت، ذوق و اندیشه انسان در تولید آن نقش اساسی دارد. در گزارش مدیریت طرح و برنامه سازمان صنایع دستی ایران نیز صنایع دستی چنین تعریف شده است: «صنایع دستی به آن رشته از صنایع اطلاق می شود که تمام یا قسمتی از مراحل ساخت فرآورده های آن با دست انجام شده و در چهارچوب فرهنگ و بینش های فلسفی و ذوق و هنر انسان های هر منطقه، با توجه به میراث قوی آنان ساخته می شود». اما در تازه ترین و بهترین تعاریف از صنایع دستی چنین آمده است: صنایع دستی به بخشی از هنر - صنعت گفته می شود که با بهره گیری از مواد اولیه بومی و انجام کار اساسی به کمک دست و افزار دستی محصولات ساختاری می شود که در هر واحد آن ذوق هنری و خلاقیت فکری صنعتگر سازنده به نحوی تجلی یافته و همین عامل تمایز آن از صنایع ماشینی است.



### حجم بازار

در سال ۲۰۰۰ صنایع دستی خالص ارزش افزوده ای به مبلغ ۳۵۰ میلیون پوند برای بریتانیا به همراه داشت که بیشترین مقدار بین سال های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲ بود. همچنین بیشترین استخدام را در سال ۱۹۹۸ با تعداد نفرات ۱۱۹۸۰۰ به همراه داشت (وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش بریتانیا). طبق آمار موجود میزان صادرات سالانه صنایع دستی چین بیش از پنج میلیارد دلار و میزان فروش به گردشگرانی که از این کشور دیدن می کنند به بیش از ۵۰۰ میلیون دلار می رسد.

### صنایع دستی در ایران

حوزه صنایع دستی ایران گستره وسیعی از انواع نساجی سنتی، بافته های داری و غیرداری، پوشاک سنتی، چاپهای سنتی، سفال - سرامیک و کاشی سنتی، صنایع دستی چرمی، هنرهای دستی وابسته به معماری، صنایع دستی فلزی، صنایع دستی چوبی و حصیری، صنایع دستی دریایی، صنایع سنگی و مستظرفه، رودوزی های سنتی، آبگینه و پیشه های سنتی وابسته به معماری را در برمی گیرد.

برای صنایع دستی در ایران ۱۰۷ نوع کد - تعرفه در سیستم گمرک طراحی شده است. در دولت نهم (۱۳۸۷-۱۳۸۴) در مجموع ۴۷۰ میلیون دلار انواع صنایع دستی به خارج از کشور صادر شد، در فاصله زمانی سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ در مجموع بیش از یک میلیارد دلار انواع محصولات صنایع دستی صادر شده است. زیورآلات کم حجم ترین و کوچک ترین کالاهایی است که توسط هنرمندان ایرانی ساخته می شود. گویا فقط ایرانی ها نیستند که به زیورآلات اهمیت می دهند چون مهمترین صنایع دستی که از ایران به کشورهای خارجی صادر می شود همین کالا است. به نحوی که این کالا با ارزش بیش از ۶۲۳ میلیون دلار حدود ۸۵ درصد از میزان صادرات صنایع دستی را به خود اختصاص داده است.





### صنعت سینما

سینما به عنوان یک صنعت تأثیرگذار در عرصه فرهنگ توانسته است جایگاه بالایی را در مناسبات بین فرهنگی به دست آورد. امروزه صنعت سینمای هالیوود و بالیوود نگاه‌های ملل مختلف دنیا را به سمت فرهنگ دو کشور ایالات متحده آمریکا و هندوستان خیره کرده و ضمن ایجاد پایگاه سیاسی مناسب برای این دو کشور در سطح جهان درآمدهای اقتصادی هنگفتی را نصیب این کشورها مخصوصاً آمریکا نموده است.

### حجم بازار

در هند صنعت سینما ۱۹٪ از اقتصاد صنعت سرگرمی و رسانه را در اختیار دارد و به نظر نمی‌رسد که در خلال پنج سال آینده، تغییری در این رقم حاصل شود. ارزش اقتصاد سینما در سال ۲۰۰۴ بالغ بر ۵۶۵۰۰ میلیون روپیه و در سال ۲۰۱۱ به ۹۳۰۰۰ میلیون روپیه رسید.

کشورهای چین، اندونزی، ژاپن، تایلند، ویتنام، کره جنوبی، سنگاپور و هنگ کنگ در بخش آسیا و لبنان، قطر، عراق، عربستان سعودی، مراکش، مصر، تونس، آفریقای جنوبی، الجزایر و نیجریه در حوزه آفریقا و کشورهای عربی مقصد صادرات صنایع دستی ایران هستند.

از مشکلات ایران برای صادرات صنایع دستی، می‌توان به آشنا نبودن کشورها با صنایع دستی ایران مانند کشور آلمان اشاره نمود، که ایران را به عنوان تولیدکننده صنایع دستی نمی‌شناسند و کشورهای آسیای جنوب شرقی، هند و چین را از کشورهای تولیدکننده این صنعت می‌شناسند. نبودن تبلیغات مانند مقاله، کتاب، فیلم و نداشتن بازاریابی در این زمینه و نیز نبود تطابق صنایع دستی ایرانی با نیازهای خریداران، نداشتن آگاهی از سلیقه‌های خریداران، نداشتن اطلاعات کافی در رابطه با میزان صادرات، نوع محصول، ایجاد، طرح و رنگ از دیگر مشکلات ایران برای صادرات صنایع دستی است.

از دیگر مشکلات نداشتن برنامه ریزی تولید و فروش و پایین بودن کیفیت برخی کالاها است و همچنین اینکه بسته بندی صحیحی برای برخی کالاها وجود ندارد.





این کسب و کارها عمدتاً کوچک هستند ۸۵ درصد این کسب و کارها کمتر از ده نفر را استخدام کرده اند. این صنعت بیش از ۴۰ میلیارد دلار پرداختی به بیش از ۳۳۰ هزار کسب و کار محلی در سرتاسر کشور در سال ۲۰۱۳ داشته است (سایت اقتصاد خلاق) طبق آمار وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش بریتانیا بیشترین سهم فیلم، ویدئو، عکاسی، رادیو و تلویزیون در خالص ارزش افزوده این کشور برابر ۱۰۴۷۳ میلیون پوند در سال ۲۰۰۴ و کمترین سهم برابر ۵۳۴۹ میلیون پوند در سال ۲۰۰۷ بود.

### اشتغال

آمار استخدام این بخش از صنایع خلاق در سال های مختلف متفاوت است و به طور متوسط بین سال های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲ می توان عدد ۱۷۷۲۷۱ نفر را به آن نسبت داد. دولت چین در اوایل سال ۲۰۱۵ اعلام کرده است که ۶۱۸ فیلم در چین در این سال ساخته شده است که در سراسر کشور ۳۶/۵ درصد رشد کرده است و درآمد فروش حاصل از صادرات فیلم در داخل کشور ۳۲/۲۵ درصد در سال افزایش یافته است.

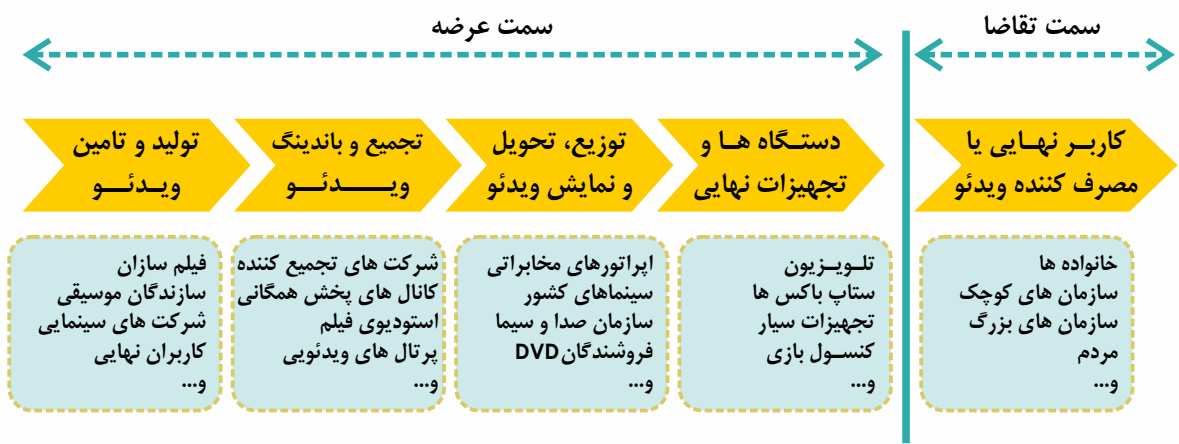
یک فیلم در صورتی موفق است که تمامی عوامل درگیر در آن از ابتدا تا انتها همانند حلقه زنجیر به هم متحد بوده و وظیفه خود را به نحو احسن انجام دهند. جهت شناسایی عوامل دخیل در موفقیت فروش فیلم شناسایی زنجیره ارزش و سنجش تأثیر هر یک از ابعاد آن ضروری به نظر می رسد.

در آمریکا این صنعت یک کارآفرین مهم در بخش خصوصی است و ۱/۹ میلیون فرصت شغلی ایجاد کرده و ۱۱۳ میلیارد دلار دستمزد در سال ۲۰۱۳ میلادی پرداخت کرده است. اشتغال مستقیم صنعت ۴۷ میلیارد دلار دستمزد ایجاد کرده است و میانگین دستمزد در این بخش ۴۲ درصد بیشتر از متوسط دستمزد ملی بوده است.

همچنین در این صنعت بیش از ۳۰۲ هزار فرصت شغلی در بخش اصلی تولید، بازاریابی و توزیع فیلم های سینمایی و برنامه های تلویزیونی وجود دارد. این مشاغل باکیفیت بالا هستند و میانگین پرداختی آنها ۸۴ هزار دلار است که ۶۹ درصد بیشتر از میانگین دستمزد در سراسر کشور است. علاوه بر این نزدیک به ۳۵۸ هزار شغل در کسب و کار مرتبط با توزیع تصاویر متحرک و برنامه های تلویزیونی به مصرف کنندگان وجود دارد. این صنعت همچنین از شغل های غیرمستقیم و دستمزدها در هزاران شرکت باکارهایی که ایجاد می کند حمایت کرده است.

از جمله نظافت کنندگان، هتل ها، تولیدکنندگان گل، تأمین کنندگان سخت افزار، نرم افزار و عرضه کنندگان تجهیزات دیجیتالی و همین طور ایجاد شغل برای دیگر کسب و کارها مثل خرده فروشان دی وی دی و بلوری و جاذبه های توریستی. این صنعت شبکه سراسری از کسب و کارهای کوچک است، این صنعت شامل بیش از ۹۴ هزار کسب و کار در مجموع است و در هر ایالتی از کشور واقع شده است.





زنجیره ارزش صنعت سینما

صنعت سینما در ایران

ورود نخستین دستگاه سینماتوگراف به ایران در سال ۱۲۷۹ هجری خورشیدی توسط مظفرالدین شاه سر آغازی برای سینمای ایران به حساب می آید. نخستین فیلم صدادار فارسی، فیلم دختر لر بود که در سال ۱۳۱۲ خورشیدی توسط اردشیر ایرانی ساخته شد. نخستین سالن سینمای ایران در سال ۱۲۷۹ (۵ سال پس از اختراع جهانی آن توسط برادران لومیر) بانام «سینما سولی» که توسط کاتولیک‌ها در شهر تبریز تأسیس شده بود، آغاز به کار کرد؛ اما به دلیل عدم دسترسی به فیلم‌های جدید، در سال ۱۲۹۵ تعطیل شد. تا سال ۱۳۰۹ هیچ فیلم ایرانی ساخته نشد و اندک سینماهای تأسیس شده به نمایش فیلم‌های غربی که در مواردی زیرنویس فارسی داشتند می‌پرداختند. نخستین فیلم بلند سینمایی ایران به نام آبی و رابی در سال ۱۳۰۹ توسط اوآنس اوگانانس ساخته شد. اخیراً سینمای ایران دارای تحول خوبی بوده و فیلم‌ها در گیشه رقم‌های قابل توجهی فروش داشتند و فیلم‌هایی مثل نهنگ عنبر ۲ با فروشی به میزان بیش از ۲۰ میلیارد تومان، گشت ارشاد ۲ با فروشی به میزان بیش از ۱۹.۵ میلیارد تومان و خوب، بد، جلف با فروشی به میزان بیش از ۱۶ میلیارد تومان پرفروش‌ترین فیلم‌های سینمایی ایران لقب گرفتند.





## هنرهای نمایشی و موسیقی

### حجم بازار

در بریتانیا موسیقی، تئاتر و هنرهای بصری از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲ به طور متوسط سالانه برای تعدادی برابر ۲۴۹۰۴۳ نفر اشتغال ایجاد کرده است. همچنین متوسط سالانه صادرات موسیقی در بریتانیا برابر ۳۱۷ میلیون پوند می باشد. متوسط سالانه ی ارزش افزوده ی این صنعت در بازه ی زمانی ذکرشده برابر ۳۴۹۲ میلیون پوند است (وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش).

در سال ۲۰۱۳ میلادی ۲۵۰۰۰ تماشاخانه ایتالیایی، با اجرای ۱۷۰ هزار نمایش، ۳۳ میلیون بازدیدکننده داشته اند که ۳ میلیون نفر از این بازدیدکنندگان، از امکانات بازدید رایگان استفاده کرده اند. ۶۳۴ میلیون یورو هزینه برگزاری کارگاه های تمرینی و ۷۴۵ میلیون یورو هزینه های عمومی برگزاری این نمایش ها بوده است. این نمایش ها به ترتیب در شهرهای نواحی شمال غرب، شمال شرق، مرکز، جنوب و جزایر ایتالیا برگزار شده اند.

۵۷

این نمایش های زنده به ترتیب در حوزه های تئاتر، موسیقی معاصر، سیرک، موسیقی سنتی، حرکات موزون، موسیقی جاز، نمایش های موسیقیایی، نمایش های طنز موسیقیایی و نمایش خیمه شب بازی برگزار شده اند. ۳۱۶ میلیون یورو کمک هزینه دولتی به ۱۹۰۵ نمایش در سال ۲۰۱۳ میلاد اختصاص یافته است که ۱۴ بنیاد موسیقی سمفونیک، ۲۶ گروه نمایش سنتی، ۶۷ تئاتر ثابت، ۱۲ موسسه کنسرواتوار - ارکستر، ۱۲ ارکستر جوانان و ۷۰ گروه حرکات موزون از جمله دریافت کنندگان این کمک ها بوده اند..



تئاترهای تجاری در کانادا بیشتر در تورنتو و ایترا ترفورد متمرکزند. شهرهایی که تا حدود زیادی برای تأمین مخاطب، به گردشگری فرهنگی خود وابسته اند. بیشتر تئاترهای اونتاریو با اینکه اساساً به درآمد حاصل از فروش بلیط وابسته اند تئاترهای غیرانتفاعی به شمار می آیند. ضمناً تقریباً ۸۰ درصد درآمد اصلی این صنعت توسط تئاترهای بزرگ همانند میرویش و دانکاپ به دست می آید.

استرالیایی ها مصرف کنندگان بزرگ موسیقی با ششمین بازار بزرگ موسیقی در جهان به ارزش سالانه تقریباً ۲ میلیارد دلار هستند. سال گذشته در استرالیا تقریباً ۴۲ میلیون تماشاگر در اجرای موسیقی زنده وجود داشتند که تقریباً ۴۰۰۰ سالن را پوشش می داد. صنعت موسیقی زنده ما بیش از ۱۴۸۰۰ شغل را حمایت می کند.

در سال ۲۰۱۳ میلادی ۱۱۷ میلیون و ۶۹۴ هزار و ۸۳۸ یورو در بخش تولیدات موسیقی در ایتالیا هزینه شده است که ۷۹ میلیون و ۵۵۱ هزار و ۲۶۰ یورو آن به تولید و انتشار لوح فشرده و نماهنگ اختصاص یافته است. در این سال با رشد ۱۸ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۲ میلاد، ۳۸ میلیون و ۱۴۳ هزار و ۵۷۸ یورو جهت تولید محصولات رقومی هزینه شده است. در این سال ۱۹ میلیون لوح بلوری و دی.وی.دی به قیمت ۳۶۰ میلیون یورو به فروش رسیده است. که ۶۰ درصد این فروش در فروشگاه ها، ۲۲/۲ درصد در باجه های روزنامه فروشی، ۱۲/۸ درصد در کلوپ های ویدیو و ۵ درصد آن نیز به صورت رقومی صورت گرفته است. ۹۰ درصد پرفروش ترین آلبوم های موسیقی سال ۲۰۱۲ میلادی در ایتالیا آثار موسیقیدان های ایتالیایی بوده اند.





## هنرهای نمایشی در ایران

پس زمینه تئاتر در ایران به دوران باستان (۱۰۰۰-۶۴۱ پیش از میلاد) برمی گردد. شروع اولین تئاتر و پدیده های بازیگری مردم این سرزمین را می توان در مراسم و تشریفاتی جستجو کرد که در آن ها به ستودن قهرمان های افسانه ای و ملی و تحقیر دشمن می پرداختند؛ که از این دست آثار می شود به سوگ سیاوش و روایات نمایشی از تاریخ، داستان های اساطیری و عشقی که توسط هرودوت و گزفون گزارش شده اشاره کرد.

تئاترهای اولیه ایرانی پیوند عمیقی با واقعه کربلا و سایر وقایع وزندگی پیامبران دارد که عموماً تعزیه نامیده می شود. تئاتر جدید و مدرن اروپایی همچون بسیاری دیگر از مظاهر غربی در زمان ناصرالدین شاه به ایران آمد.

حکومت زمان خان، نوشته میرزا آقا تبریزی از نخستین نمایش های مکتوب مربوط به دوره قاجار است. تا قبل از سفرهای سه گانه ناصرالدین شاه به اروپا تئاتر غیر تعزیه ای ایران تنها به یک سری نمایش های سبک کوچه بازاری خلاصه می شد که روحی و تقلید کاری نمونه ای از آن بود..



## تبلیغات

امروزه تبلیغات به یکی از کسب و کارهای حیاتی برای بقای سازمان‌ها و توسعه کسب و کار تبدیل شده است که فقدان آن امکان رقابت-پذیری و ماندن در عرصه صنعت را از سازمان‌ها خواهد گرفت.

### حجم بازار

در ایتالیا صادرات صنایع خلاق اعم از تبلیغات، تحقیقات بازار و نظرسنجی افکار عمومی از ۱/۰۵۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۳ به ۱/۷۳۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۱ رسیده است. و رشدی ۰/۱۶ درصدی داشته است.

هزینه‌های تبلیغاتی در هندوستان معادل ۳۴٪ تولید ناخالص ملی است که در مقایسه با سایر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بسیار اندک است. اگر درآمدهای تبلیغاتی هندوستان به متوسط جهانی برسد می‌تواند درآمدی بیش از دو برابر درآمد تبلیغاتی ۱۳۲ میلیارد دلار رویه ای هندوستان در سال ۲۰۰۵، کسب کند.

تبلیغات در اقتصاد بریتانیا در بازه‌ی زمانی ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲ کمترین و بیشترین سهم خود را در خالص ارزش افزوده در سال‌های ۱۹۹۷ و ۲۰۱۲ به ترتیب با مقادیر ۳۴۰۰ و ۱۰۲۲۹ میلیون پوند داشته است. این صنعت متوسط صادرات سالانه ۱۷۳۴ میلیون پوند را در بازه‌ی ذکر شده دارا بوده و همچنین با متوسط استخدام سالانه ۲۶۹۸۳۶ نفر رتبه‌ی سوم را در بین صنایع خلاق در بازه ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۳ به خود اختصاص داده بود. صنعت تبلیغات در انگلستان بزرگترین بازار اروپایی این صنعت بوده است و انگلستان، تصمیم دارد به قطب اصلی توسعه صنایع فرهنگی در قاره اروپا تبدیل شود.



### صنعت نشر

از دیگر صنایع با اهمیت در حوزه فناوری نرم صنعت نشر است که کشورهای توسعه یافته جهان توجه ویژه‌ای به آن مخصوصاً از بعد اشتغال‌زایی دارند.

### حجم بازار

با بررسی اسناد نگاشت ۱۹۹۸ و ۲۰۰۱ بریتانیا متوجه می‌شویم که صنعت نشر گردش مالی به ارزش ۱۸۴۸۴ میلیون پوند و صادرات ۱/۵۶۴ میلیون پوندی را در اقتصاد این کشور داراست. همچنین به آمار استخدام ۱۴۰۰۸۰۰ نفر در سال ۱۹۹۸ برمی‌خوریم. تقریباً حدود ۵۰ مجله هنری در فرانسه چاپ می‌شود و سایت‌های اینترنتی بزرگ و زیادی در زمینه‌های هنرهای تجسمی هستند که در تقسیم فروش و افزایش حق چاپ با همدیگر همکاری می‌کنند. این گردش مالی مجلات و سایت‌ها از صفر تا ۱۴ میلیون یورو درآمد دارند و به طور متوسط بین سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۶، هر کدام ۰/۴ میلیون یورو درآمد داشته‌اند.

در سال ۲۰۱۳ میلادی ۶۱۹۶۶ عنوان کتاب (۳۹۱۷۳ عنوان کتاب جدید) با شمارگان ۱۸۱ میلیون نسخه توسط ۲۲۴۸ ناشر ایتالیایی انتشار یافته است. ۱۷/۸ درصد این عناوین آثار ترجمه شده از دیگر زبان‌ها به زبان ایتالیایی بوده است و ۳۷/۱ درصد نسخه از شمارگان این سال نیز به صورت کتاب اینترنتی انتشار یافته است. سود حاصل از انتشار این کتاب‌ها رقمی در حدود ۲/۶۶ میلیارد یورو بوده است که ۲۱۵/۶ میلیون یورو آن از محل انتشار کتب رقومی حاصل شده است. ۵۸/۸ درصد ناشران فعال در این سال ناشران کوچک ۲۹/۲ درصد آنها ناشران متوسط و ۱۲ درصد نیز ناشران بزرگ بوده‌اند که به تنهایی ۷۶/۲ درصد از کتب انتشار یافته در این سال را به چاپ رسانده‌اند.





اگرچه در سال ۲۰۱۳ میلادی ۶۲ ناشر به جمع ناشرین ایتالیایی افزوده شد اما در مقابل فعالیت ۱۰۲ ناشر نیز متوقف شده است. ۲۷/۷ درصد آثار انتشار یافته این سال در قالب داستانی ۴۰/۵ درصد مقالات علمی ۶/۱ درصد جزوات آموزشی ۸/۲ درصد کتاب های کودکان و نوجوانان ۶/۵ درصد شعر و نمایش و ۶/۴ درصد نیز آثار هنری بوده اند. ۴۶ درصد این آثار در شمال غرب، ۲۴ درصد در مرکز، ۲۳ درصد در شمال شرق و ۷ درصد در جنوب ایتالیا انتشار یافته اند. بودجه تخصیصی کمک هزینه انتشار کتب فرهنگی در این سال، ۳۸۰/۳۸۱ میلیون یورو بوده است و علاوه بر آن، ۵۹/۴۵۸ میلیون یورو نیز به جوایز ملی ترجمه های برگزیده اختصاص یافته است.

صنعت کتاب در مصر بزرگترین صنعت کتاب در جهان عرب به شمار می رود. تنها در منطقه «قاهره بزرگ» (استان های قاهره، جیزه و کالیوبی) دستکم ۱۱۲ خانه نشر وجود دارد. طبق یکی از آمارهای یونسکو برای سال ۱۹۹۸-۱۹۹۹ تعداد کل عناوین کتب منتشر شده در مصر ۱۴۱۰، در لبنان ۲۸۹، در مراکش ۳۸۶ و در تونس ۱۲۶۰ کتاب بوده است. عملکرد اقتصادی کلی صنعت نشر از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. این عملکرد در کشورهای لبنان و اردن مثبت و در تونس منفی و در مراکش بسیار ضعیف بوده است.

رسانه های چاپی در هند سهمی بیش از ۳۱٪ در اقتصاد دارند و تصور می شود با ظهور بخش های جدید، سهم رسانه های چاپی کاهش یابد.



فصل سوم



توسعه شرکت ہا کے خلاق

در این راستا، در سه سال گذشته با اجرایی سازی قانون حمایت از شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان حمایت های مناسبی از شرکت های دانش بنیان به عمل آمده و در شرایط فعلی بیش از ۳۰۰۰ شرکت دانش بنیان (که عمدتاً در صنایع مبتنی بر دانش و فناوری پیشرفته فعالیت دارند) تأیید صلاحیت شده و از نظر اثربخشی اقتصادی، اجتماعی و همچنین اشتغال نیروی انسانی تحصیل کرده در حال گسترش می باشند.

در کنار شکل گیری شرکت های دانش بنیان در مراکز علمی و دانشگاهی، بخش دیگری از شرکت ها که عمدتاً در صنایع خلاق، فرهنگی و خدمات نوین و مبتنی بر فضای دیجیتال فعال هستند، در این زیست بوم ظهور و بروز نموده و در حال رشد می باشند.

جوهره رشد این شرکت ها بر نوآوری و خلاقیت (Creativity) برای ارائه محصولات و خدمات جدید و مدل های نوین کسب و کار در سطح بازارهای هدف استوار است و لزوماً در مراحل شکل گیری و رشد مبتنی بر پژوهش و توسعه فناوری های پیشرفته نیستند. از طرف دیگر، اگرچه در این حوزه شرکت های نسبتاً بزرگ نیز فعالیت دارند، پیشران اصلی آن ها شرکت های استارت آپی خلاق و نوآور می باشند.

این حوزه بخش قابل توجهی از اقتصاد دانش بنیان را در سطح جهان شامل می شود و پتانسیل ها و مزیت های قابل توجهی در ایجاد اشتغال برای نیروهای جوان و تحصیل کرده دارد.

با توجه به ضرورت حمایت از شرکت های خلاق، فرهنگی و ارائه دهنده خدمات نوین به عنوان برنامه مکمل در حوزه ارزیابی و تأیید صلاحیت شرکت های دانش بنیان و همچنین توسعه زیست بوم فناوری و کارآفرینی در کشور و ارتقا سهم شرکت های خلاق در اقتصاد دانش بنیان، آیین نامه اجرایی برنامه ی حمایت از توسعه شرکت های خلاق در تاریخ ۱۱ / ۲ / ۹۶ توسط جناب آقای دکتر ستاری معاون محترم علمی و فناوری رییس جمهور، ابلاغ گردید.

در چارچوب سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی و تدابیر مقام معظم رهبری، ایجاد و ارتقای زیست بوم نوآوری و کارآفرینی به منظور توسعه اقتصاد دانش بنیان یکی از محورهای اصلی فعالیت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در دوره اخیر بوده است.

در سه سال گذشته با اجرایی سازی قانون حمایت از شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان حمایت های مناسبی از شرکت های دانش بنیان به عمل آمده و در شرایط فعلی بیش از ۳۰۰۰ شرکت دانش بنیان، تأیید صلاحیت شده و از نظر اثربخشی اقتصادی، اجتماعی و همچنین اشتغال نیروی انسانی تحصیل کرده در حال گسترش می باشند.



### صنایع خلاق و فرهنگی

به آن دسته از فعالیت‌های اقتصادی که ریشه در خلاقیت، مهارت، استعداد و میراث فرهنگی به معنی عام داشته و پتانسیل مناسبی برای ایجاد شغل و ثروت از طریق تولید و بهره‌برداری از دارایی‌های فکری دارد. گفته می‌شود بر این اساس، چنین صنایعی را می‌توان در بخش‌های زیر دسته‌بندی نمود:

۱. صنایع دیداری و شنیداری (فیلم، تلویزیون، ویدئو، رادیو، عکاسی و ...)
۲. فن‌آوری اطلاعات، نرم‌افزار، بازی‌های ویدئویی و خدمات رایانه‌ای
۳. اسباب‌بازی و سرگرمی
۴. صنایع دستی و هنرهای تجسمی
۵. گردشگری و میراث فرهنگی
۶. طراحی: محصول، گرافیک، مد و لباس
۷. تبلیغات و بازاریابی
۸. نشر و چاپ
۹. موزه، گالری و کتابخانه
۱۰. موسیقی، اجرا و هنرهای نمایشی
۱۱. معماری
۱۲. سایر صنایع خلاق و فرهنگی (بسته به ماهیت و جایگاه آن)

در شرایط فعلی به دلیل تمرکز قانون‌گذار بر بنیان‌های فناوری‌های پیشرفته، برنامه‌های حمایتی منسجمی در سایر بخش‌ها وجود نداشته و ضرورت توجه به این نوع شرکت‌های خلاق به عنوان برنامه‌های مکمل در حوزه دانش‌بنیان به شدت احساس می‌شود. این حوزه به دلیل ماهیت عمده خدماتی، پتانسیل‌های زیادی برای ایجاد اشتغال و رونق اقتصادی در کشور دارد.

بر این اساس، در سالی که به فرموده مقام معظم رهبری، سال «اقتصاد مقاومتی؛ تولید و اشتغال» نام‌گذاری شده است، آیین‌نامه اجرایی برنامه حمایت از توسعه شرکت‌های خلاق به شرح زیر ابلاغ گردید:

### شرکت‌های خلاق

به شرکت‌ها و مؤسسات خصوصی نوآور با عمر کمتر از پنج سال اطلاق می‌شود که یا در صنایع خلاق و فرهنگی مشغول به فعالیت بوده و یا الگوهای نوین کسب و کار را در ارائه محصولات و خدمات خود به کار گرفته باشند.





اسباب بازی و سرگرمی



فناوری اطلاعات، نرم افزار بازی های ویدئویی و خدمات رایانه ای



صنایع دیداری و شنیداری (فیلم، تلویزیون، ویدئو، رادیو، عکاسی و...)



طراحی: محصول، گرافیک، مُد و لباس



گردشگری و میراث فرهنگی



صنایع دستی و هنرهای تجسمی



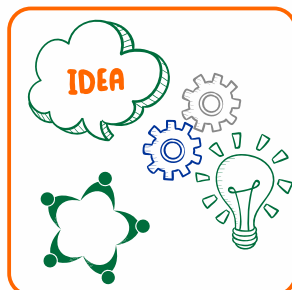
موزه، گالری و کتابخانه



نشر و چاپ



تبلیغات و بازاریابی



سایر صنایع خلاق و فرهنگی



معماری



موسیقی، اجرا و هنرهای نمایشی



## الگوهای نوین کسب و کار:

عبارت است از خلق مزیت رقابتی مبتنی بر نوآوری در مدل کسب درآمد، کاهش هزینه‌ها، مدیریت زنجیره تامین، بازاریابی، متمایزسازی محصولات و سایر فعالیت‌هایی که منجر به ساختارهای جدید در الگوهای کسب و کار بنگاه می‌شود و عموماً مبتنی بر بکارگیری مؤثر ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در حوزه‌های خدمات و نیز سایر کسب و کارهای جدید از جمله نوآوری اجتماعی، خدمات کسب و کار جدید در حوزه‌های اولویت دار و صاحب مزیت کشور نظیر گیاهان دارویی و کشاورزی و خدمات جدید کسب و کار در حفاظت از محیط زیست و ... می‌باشد.

این برنامه در جهت تحقق اهداف زیر تدوین شده است:

۱. توسعه زیست بوم نوآوری و کارآفرینی در کشور و ارتقاء سهم شرکت‌های خلاق در اقتصاد
۲. اشتغال‌زایی برای نیروهای جوان و تحصیلاتی کرده و توسعه کیفی مشاغل از طریق حمایت از شرکت‌های خلاق
۳. ایجاد و تقویت برندهای استارت‌آپ‌های خلاق در صنایع و محصولات فرهنگی کشور و خدمات جدید مبتنی بر فناوری و نوآوری

۴. حل معضلات اجتماعی و مشکلات اساسی کشور نظیر رفع مشکلات کم‌آبی و خشکسالی و پسماند، کنترل آلاینده‌های زیستی، بهینه‌سازی مصرف انرژی و آب و اصلاح الگوی مصرف

۵. تقویت صادرات و همکاری‌های بین‌المللی در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی و کسب و کارهای نوآورانه

## حمایت‌های قابل‌ارائه به شرکت‌های خلاق الف - حمایت‌های مالی:

### ۱. کمک و حمایت از صندوق‌ها برای سرمایه‌گذاری جسورانه در طرح‌های نوآورانه شرکت‌های خلاق

تخصیص اعتبارات به صندوق عامل طی سه مرحله؛ در مجموع قریب به ۵ (پنج) میلیارد تومان در قالب تسهیلات با دوره بازگشت حداکثر ۳ سال



شرکت‌های خلاق



## ۲. زیرساخت و بستر مشترک

### ب- حمایت‌های بستر شبکه نوآوری:

#### بخش اول

##### حمایت‌های مالی

- ✓ مشاوره مالیاتی و حسابداری
- ✓ ارائه مشوق در خصوص حسابرسی مالی

##### استقرار شرکت‌ها

- ✓ امکان استقرار دفاتر شرکت‌های دانش بنیان در کاربری‌های مسکونی تهران با حمایت شهرداری

##### معافیت‌ها و تسهیلات گمرکی

- ✓ ورود موقت
- ✓ مشاوره امور گمرکی

##### بیمه تامین اجتماعی

- ✓ بخشودگی جرایم تامین اجتماعی کارفرمایان خوش حساب
- ✓ عدم نیاز به اعمال ضرایب پرداخت حق بیمه قراردادها

##### ساخت ایران

- ✓ ممنوعیت خرید کالاهای خارجی دارای تولید داخلی
- ✓ اصلاح تعرفه‌های گمرکی

- زیرساخت‌های مورد نیاز دارای اولویتی که می‌تواند منجر به استفاده طیف وسیعی از کاربران و شرکت‌ها باشد.
- الگویی مشابه شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی
- ✓ مثال‌هایی از این پروژه‌ها:

- مراکز نوآوری و شتاب‌دهی صنایع خلاق و فرهنگی
- شبکه استودیوهای فیلم‌سازی مشترک
- پلتفرم توسعه بازی‌های رایانه‌ای
- پلتفرم دریافت و پرداخت‌های خارجی
- پلتفرم توسعه Crowd funding در صنایع

خلاق

## ۳. جشنواره استارت‌آپ‌های برتر

- انتخاب ۲۰ استارت‌آپ برتر بر اساس معیارهایی همچون؛ صادرات، اقبال مشتری (User Engagement)، نوآوری انقلابی (Disruptive Innovations) و ...
- شرکت‌های مشمول این جایزه به صورت سالیانه و در قالب جشنواره‌ای که بدین منظور برگزار می‌شود شناسایی و مورد حمایت قرار می‌گیرند.
- سقف اعتبارات تخصیص داده شده در این برنامه حداکثر یک میلیارد تومان می‌باشد.



## بخش دوم

### تسهیلات سربازی

- ✓ تسهیلات نظام وظیفه تخصصی برای افراد فعال در شرکت‌های خلاق
- ✓ شرکت‌های همکار دفاعی عضو مرکز سمنا

### حمایت‌های ترویجی

- ✓ امتیاز اضافه پخش تشویقی (تخفیف) در آگهی‌های صداوسیما
- ✓ حمایت از ترویج فعالیت شرکت‌ها در رسانه‌ها

### فن بازار ملی ایران

- ✓ معرفی محصولات خلاق در پورتال فن بازار
- ✓ نشست‌های بهره‌برداری از توان داخل
- ✓ رفع نیازهای فناورانه صنایع بزرگ
- ✓ بازاریابی عمومی و تخصصی محصولات خلاق
- ✓ جذب سرمایه برای طرح‌های خلاق

### حمایت از ورود به بورس

- ✓ حمایت از ورود شرکت‌ها به بازار فرابورس

### تأمین نیروی انسانی کارآمد

- ✓ ایران تلنت
- ✓ مسابقه فن آورد
- ✓ کارآموزی استعدادهای برتر در شرکت‌های دانش بنیان
- ✓ تسهیلات اشتغال دانش‌آموختگان برتر
- ✓ جذب منابع انسانی و تیم‌سازی

## بخش سوم

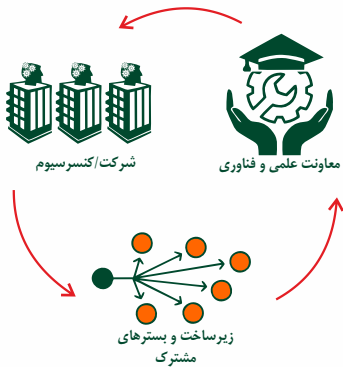
### حمایت از صادرات و تبادل فناوری

- ✓ ارزیابی آمادگی صادرات (ERA)
- ✓ مشاوره امور صادراتی
- ✓ آموزش‌های بازرگانی و صادرات
- ✓ تهیه ابزارهای تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی
- ✓ تهیه گزارش تحقیقات بازار بین‌الملل یا طرح کسب و کار صادراتی
- ✓ طراحی صنعتی
- ✓ اخذ گواهینامه و مجوزهای بین‌المللی
- ✓ حمایت از ثبت محصولات داروها و علائم تجاری
- ✓ پلویون محصولات دانش بنیان ایران
- ✓ حمایت از اعزام و پذیرش هیأت‌های تجاری
- ✓ حضور مستقل شرکت‌ها در نمایشگاه‌های خارجی

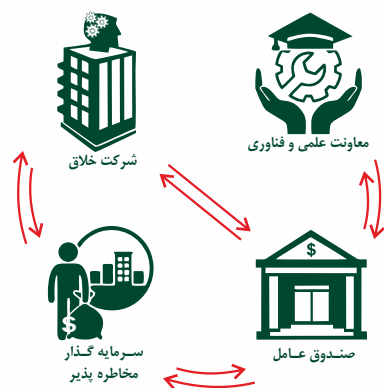


## حمایت‌های مالی

### زیرساخت و بستر مشترک



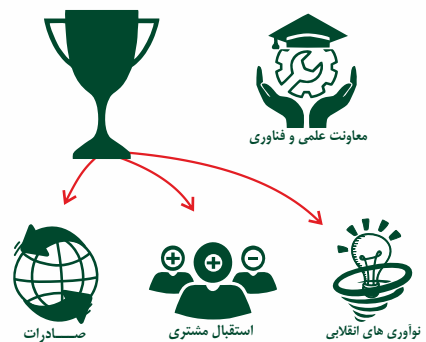
### سرمایه‌گذاری جسورانه



### وقف



### جشنواره ۲۰ استارت آپ برتر



## حمایت‌های قابل ارائه به شرکت‌های خلاق

### بسته حمایتی شرکت‌های خلاق

### حمایت‌های بستر شبکه نوآوری

• تسهیلات سربازی



• حمایت‌های ترویجی



• فن بازار ملی ایران



• حمایت از ورود به بازار بورس



• تامین نیروی انسانی کارآمد



• حمایت‌های مالیاتی



• استقرار شرکت‌ها



• معافیت‌ها و تسهیلات گمرکی



• بیمه تامین اجتماعی



• ساخت ایران



توسعه کسب و کار  
شرکت‌های دانش بنیان



حمایت از صادرات  
و تبادل فناوری



حمایت از طرح ہا کے فناورانه و تجارتی



این طرح های ذیل شش سرفصل طبقه شده اند:

۱. ترویج و گفتمان سازی
۲. آموزش
۳. ایجاد زیر ساخت و تجهیز و ارتقای مراکز رشد و شکوفایی
۴. حمایت در راستای برگزاری رویداد استارت آپی، کارآفرینی، همایش و مسابقه
۵. ایجاد نمونه موفق
۶. همکاری های بین المللی



## حمایت از طرح های فناورانه و تجاری

در راستای اهداف و مأموریت های ستاد حمایت مادی و معنوی به صورت هدفمند از سازمان ها، نهاد ها، شرکت های خصوصی و اشخاصی حقیقی صورت پذیرفته است، در این بخش، طرح هایی که از حمایت مالی ستاد برخوردار شده اند، ذکر می گردند. حمایت مالی از طرح ها در قالب پرداخت های بلاعوض و یا اعطای تسهیلات کم بهره انجام شده است.

### ۱. ترویج و گفتمان سازی

- مدرسه تابستانه کسب و کار فردوسی
- پرتال گفتمان سازی صنایع فرهنگی
- فرهنگ سازی مصرف همراه با برند سازی زیست محیطی
- چاپ کتاب (صنایع فرهنگی - بررسی نقش حاکمیت در پیشبرد صنایع فرهنگی، مطالعه موردی کشورهای کره جنوبی، چین و ترکیه)
- حمایت از تولید و انتشار کتاب صنعت اسباب بازی ایران؛ فرصت ها و چالش ها
- تدوین و چاپ کتاب فناوری های صنعت پویانمایی ایران
- تدوین و چاپ کتاب فناوری های صنعت بازی های ویدئویی ایران
- تدوین و چاپ کتاب فناوری های صنعت یادگیری مجازی ایران



## مدرسه تابستانه کسب و کار فردوسی

مدرسه کسب و کار فردوسی مشهد نیز با بهره برداری از مدل مدرسه کسب و کار دانشگاه صنعتی شریف به توسعه مهارت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان و دانشجویان شهر مشهد پرداخته است. در شکل ذیل اهم فعالیت‌های این مدرسه مشاهده می‌شود. این مرکز با برگزاری دوره‌های هدفمند، کارگاه‌های آموزشی، شبیه‌سازی فضای کسب و کار، بازدیدهای علمی و آموزشی و نشست‌های تخصصی محیط خلاقیت و نوآوری را فراهم می‌کند.

## پرتال گفتمان سازی صنایع فرهنگی

یکی از اهداف مهم ستاد، معرفی نام ستاد و همچنین اهدافی است که در کوتاه مدت و بلند مدت بر طبق سند ستاد تعریف شده است، در راستای این اهداف برنامه‌های سالیانه برای ستاد تعریف می‌شود و پروژه‌هایی تحت حمایت مالی و معنوی ستاد انجام می‌گردد. بخشی از این فعالیت‌ها در پرتال تخصصی ستاد ارائه می‌شوند و با توجه به فازهای اجرایی به روز رسانی می‌شوند، تا مخاطبان خاص و عام از محتویات ارائه شده بهره‌مند شوند.

در پرتال تخصصی ستاد سعی شده است به صورت هدفمند موضوعاتی مورد توجه قرار گیرد تا مخاطب خاص از تجربیات و پروژه‌های انجام شده حداکثر استفاده را بنماید، همچنین خبرها و اطلاعات روزانه به همراه فیلم و یا عکس در سایت بارگذاری می‌شود.

## مدرسه تابستانه کسب و کار فردوسی





## فرهنگ سازی مصرف همراه با برند زیست محیطی

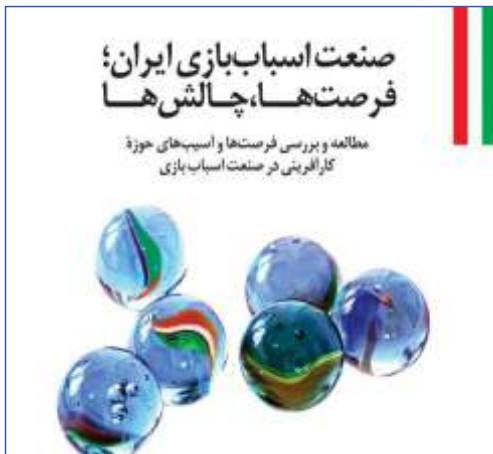
اقدام دیگری که در این راستا، طرح مزبور وعده انجام آن را داده است توزیع محصولات سبز تحت عنوان icare bags در میان مردم با هدف کاهش مصرف پلاستیک و تولید پسماندهای پلاستیکی می باشد.

در مرحله دوم پیش بینی شده است که پس از موفقیت مرحله نخست و با توجه به سرمایه اجتماعی ناشی از گسترش و اعتبار icare در جامعه، مجریان طرح، فعالیت های خود را از فرهنگ سازی و دعوت به رعایت داوطلبانه اصول محیط زیست به ارائه گواهینامه سخت گیرانه برای الزام صنایع کشور به رعایت تمام استانداردهای بین المللی زیست محیطی ارتقاء خواهند داد. برای هر کدام از مراحل استراتژی هایی در نظر گرفته شده است.

هدف طرح مذکور ایجاد و اشاعه یک برند زیست محیطی فراگیر به نام (icare) می باشد که برخلاف برندهای کنونی این حوزه، با اتخاذ رویکردی اثرگذار، توجه مردم، دولت و صنایع را به خود جلب کرده و تأثیر معناداری بر کشور و منطقه به جا گذارد. نقطه آغاز این طرح، مبحث پسماند و آب در نظر گرفته شده و پرسشنامه ارسالی با تمرکز به مورد نخست (پسماند) تنظیم شده است.

برای اجرای طرح دو مرحله مشتمل بر فعالیت های اجتماعی و فعالیت های صنعتی - سازمانی پیش بینی شده است؛ مرحله اول معطوف به فرهنگ سازی اجتماعی از طریق آموزش رفتارهای زیست محیطی به کودکان و نوجوانان و دانشجویان و مردم و سازمان ها و صنایع و سیاست مداران می باشد که قرار است با روش های متنوعی نظیر آموزش از طریق شبکه های اجتماعی، راه اندازی وب سایت، اپلیکیشن و... محقق گردد.





### چاپ کتاب

**صنایع فرهنگی - بررسی نقش حاکمیت در پیشبرد صنایع فرهنگی، مطالعه موردی کشورهای کره جنوبی، چین و ترکیه)**

### حمایت از تولید و انتشار کتاب صنعت اسباب بازی ایران؛ فرصت‌ها و چالش‌ها

این کتاب با هدف ترویج و گفتمان سازی صنعت اسباب بازی در بین دانشجویان، اساتید و مسئولین این حوزه، بررسی وضعیت صنعت اسباب بازی در کشور و مطالعه فرصت‌های موجود در زمینه کار آفرینی صنعت اسباب بازی و با همکاری مرکز کار آفرینی دانشگاه صنعتی شریف با تیراژ ۱۰۰۰ نسخه چاپ گردیده است.

کتاب «صنعت اسباب بازی ایران؛ فرصت‌ها و چالش‌ها» به بررسی وضعیت صنعت اسباب بازی کشور، چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی آن، می‌پردازد. این کتاب شامل سه فصل مروری تاریخی بر صنعت اسباب بازی، مروری بر صنعت اسباب بازی از نگاه کارشناسان و مسئولان و فرصت‌ها و چالش‌های صنعت اسباب بازی در ایران بوده و در راستای ترویج و جریان سازی این صنعت در بین نخبگان و مسئولین منتشر شده است.

تهیه و انتشار کتاب «بررسی نقش حاکمیت در پیشبرد صنایع خلاق و فرهنگی»، محتوای این کتاب با هدف ترویج و گفتمان سازی صنایع خلاق و فرهنگی در بین فعالین حوزه صنایع فرهنگی و خلاق و انجام مطالعات بین‌المللی در حوزه صنایع فرهنگی در راستای بهره برداری از تجارب کشورهای جهان در زمینه توسعه صنایع خلاق و فرهنگی با همکاری پژوهشکده مطالعات فناوری ریاست جمهوری تهیه و چاپ شده است.

محتوای کتاب در خصوص مطالعه موردی کشورهای کره جنوبی، چین و ترکیه در خصوص نقش حاکمیت در توسعه صنعت فرهنگی و خلاق است. همچنین این کتاب شامل شش فصل چارچوب نظری پژوهش، آشنایی با ادبیات صنایع فرهنگی، بررسی صنایع فرهنگی در کشور کره جنوبی، بررسی صنایع فرهنگی در کشور ترکیه، بررسی صنایع فرهنگی در چین و سیاست‌های پیشنهادی صنایع فرهنگی برای ایران می‌باشد.

در تیراژ اول ۱۰۰۰ نسخه از کتاب چاپ و در بین جامعه مرتبط با حوزه صنایع خلاق و فرهنگی توزیع شده است.

شرکت های معرفی شده در این کتاب از طریق جست و جوی میدانی و اطلاعات مندرج در کتب نمایشگاهی تخصصی مربوطه، شناسایی شده که پس از بررسی، اطلاعات مورد نیاز به روش خود اظهاری از شرکت های مذکور اخذ و جمع آوری شده است. نسخه انگلیسی این کتاب در دومین نشست فناوری های فرهنگی ایران و کره در آگوست ۲۰۱۷ در سئول در اختیار شرکت های کره ای قرار گرفت. نسخه فارسی این کتاب به زودی در اختیار علاقه مندان قرار خواهد گرفت.



## تدوین و چاپ کتاب فناوری های صنعت پویانمایی ایران

کتاب فناوری های صنعت پویانمایی ایران شامل معرفی درخت فناوری های این صنعت و اطلاعات و فناوری های مربوط به شرکت های فعال در حوزه صنعت پویانمایی است که توسط ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تدوین و چاپ شد.

در بخش مقدمه این کتاب ضمن مرور بر فناوری های پویانمایی، در مورد درخت فناوری ترسیم شده شامل پیش تولید، فناوری های تولید، فناوری های پس از تولید، فناوری های نشر، توزیع، بازاریابی و تبلیغات و فناوری های اکران نیز توضیحاتی همراه با نمودار درخت فناوری ارائه شده است.

در صفحات مربوط به شرکت ها علاوه بر تشریح فناوری های موجود در این شرکت ها در بخش های مختلف، نام و لوگوی شرکت، مشخصات افراد اصلی شرکت، ماموریت ها و فعالیت های اصلی شرکت در حوزه بازی های ویدئویی، تصاویر و مشخصات نمونه محصولات شرکت و اطلاعات کامل تماس شرکت درج شده است.



## تدوین و چاپ کتاب فناوری های صنعت بازی های ویدئویی ایران

کتاب فناوری های صنعت بازی های ویدئویی ایران شامل معرفی درخت فناوری های این صنعت و اطلاعات و فناوری های مربوط به شرکت های فعال در حوزه صنعت بازی های ویدئویی است که توسط ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تدوین و چاپ شد.





## تدوین و چاپ کتاب فناوری های صنعت یادگیری

### مجازی ایران

کتاب فناوری های صنعت یادگیری مجازی (رایاد) ایران پس از ترسیم درخت فناوری و جمع آوری اطلاعات مربوط به شرکت های فعال در این حوزه، در ۶۶ صفحه و دو نسخه فارسی و انگلیسی تدوین و نهایی شد.

در بخش مقدمه ضمن معرفی یادگیری مجازی، در مورد درخت فناوری ترسیم شده شامل زیرساخت های رایاد در ایران، مروری بر فناوری های یادگیری الکترونیک، بسترها و زیرساخت های آموزش و یادگیری الکترونیک، بسترهای یادگیری الکترونیک، محیط یادگیری مجازی، طراحی محیط یادگیری و استقرار محیط یادگیری نیز توضیحاتی همراه با نمودار درخت فناوری ارائه شده است.

در صفحات مربوط به شرکت ها علاوه بر تشریح فناوری های موجود در این شرکت ها در بخش های مختلف، نام و لوگوی شرکت، مشخصات افراد اصلی شرکت، ماموریت ها و فعالیت های اصلی شرکت در حوزه رایاد، تصویر و مشخصات نمونه محصولات شرکت و اطلاعات کامل تماس شرکت درج شده است.

شرکت های معرفی شده در این کتاب از طریق جستجوی میدانی، اطلاعات مندرج در کتب نمایشگاهی تخصصی مربوطه، شناسایی شده که پس از بررسی، اطلاعات مورد نیاز به روش خود اظهاری از شرکت های مذکور اخذ جمع آوری شده است. نسخه انگلیسی این کتاب در دومین نشست فناوری های فرهنگی ایران و کره در آگوست ۲۰۱۷ در سئول در اختیار شرکت های کره ای قرار گرفت.



در بخش مقدمه این کتاب ضمن مرور بر فناوری های بازی های ویدئویی، در مورد درخت فناوری ترسیم شده شامل فناوری های پیش تولید، فناوری های تولید، فناوری های پس از تولید، فناوری های جانبی و مکمل تولید بازی های ویدئویی، فناوری های نشر و توزیع بازی های ویدئویی و دانش و مهارت استفاده از بازی های ویدئویی نیز توضیحاتی همراه با نمودار درخت فناوری ارائه شده است.

در صفحات مربوط به شرکت ها علاوه بر تشریح فناوری های موجود در این شرکت ها در بخش های مختلف، نام و لوگوی شرکت، مشخصات افراد اصلی شرکت، ماموریت ها و فعالیت های اصلی شرکت در حوزه بازی های ویدئویی، تصویر و مشخصات نمونه محصولات شرکت و اطلاعات کامل تماس شرکت درج شده است. شرکت های معرفی شده در این کتاب از طریق جست و جوی میدانی و اطلاعات مندرج در کتب نمایشگاهی تخصصی مربوطه، شناسایی شده که پس از بررسی، اطلاعات مورد نیاز به روش خود اظهاری از شرکت های مذکور اخذ و جمع آوری شده است.

نسخه انگلیسی این کتاب در دومین نشست فناوری های فرهنگی ایران و کره در آگوست ۲۰۱۷ در سئول در اختیار شرکت های کره ای قرار گرفت.

## ۲. حمایت در راستای آموزش

- طرح ارتقای توانمندی های کارآفرینانه دانشجویان (توانا)
- طراحی رشته MBA فرهنگی هنری
- مدرسه تابستانی کسب و کار شریف

### طرح ارتقای توانمندی های کارآفرینانه دانشجویان (توانا)

دانشجویان دانشگاه مهمترین دغدغه خود را طی کردن مسیر آموزش و گذراندن واحدهای درسی می دانند که در برنامه آموزشی آن ها در مقاطع مختلف پیش بینی شده است. نتیجه چنین وضعیتی این است که دانشجویان و فارغ التحصیلان ما در بهترین حالت بر تئوری های مهندسی (توانمندی های سخت) مسلط می شوند. اما عدم توجه به مهارت های تکمیلی در نظام آموزش دانشگاهی کشور، به ضعف دانش آموختگان در توانمندی ها و مهارت های نرم که زمینه ساز ارزش آفرینی اقتصادی و کاربردی سازی علوم نظری است منجر خواهد شد.





## ● عناوین دوره‌ها

۱	ایجاد انگیزه برای کارآفرینی و پرورش ایده
۲	تهیه مدل کسب و کار
۳	نوشتن طرح کسب و کار و امکان‌سنجی مالی اقتصادی طرح‌ها
۴	بازاریابی و فروش
۵	ارتقای توانمندی‌های شخصی و کار تیمی
۶	ارتباطات و اصول مذاکره

این بسته با توجه به تجربه چند ساله مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف و متناسب با مهمترین نیازهای دانشجویان طراحی شده است. این مرکز از زمان تأسیس، فعالیت‌های مختلفی را به صورت تحقیقاتی، توسعه سرمایه‌های انسانی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی و برنامه‌های ترویجی متنوع در دانشگاه صنعتی شریف در حوزه کارآفرینی انجام داده است. تا کنون ۱۵ دوره از سلسله دوره‌های توانا در نقاط مختلف کشور از جمله در شهرهایی همچون زاهدان، مراغه، بیرجند، یزد، بوشهر و شیراز برگزار شده است.

این طرح سعی دارد با به کارگیری ابزارها و روش‌های مختلف در جهت ارتقای توانمندی‌های کارآفرینانه دانشجویان گام بردارد. هدف از ارایه این دوره آموزشی، آشنایی و توانمندسازی دانشجویان و نخبگان دانشگاهی با فعالیت‌های کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای پایدار و موفق می‌باشد و مباحث متنوعی با رویکرد جامع بودن و کاربردی بودن در آن ارایه شده است.

این دوره شامل ۶ عنوان آموزشی در قالب ۵۰ ساعت آموزش برای هر نفر می‌باشد. در پایان هر دوره، یک سمینار آموزشی با هدف انتقال تجربیات کارآفرینان موفق در موضوعات مختلف به مخاطبین دوره پیش‌بینی شده است.





## طراحی رشته MBA فرهنگی هنری

دانش آموزان و دانشجویان در این مدرسه با مباحث برنامه ریزی شخصی، تفکر سیستمی، فضای کسب و کار، مباحث مالی و حسابداری، فعالیت تیمی و گروهی و همچنین رشته های مختلف تحصیلی و حرفه های مرتبط با آن ها آشنا می شوند. همچنین دانش آموزان و دانشجویان در این مدرسه از طریق شرکت در کلاس های مذاکره، سخنرانی، ارائه کردن و چانه زدن و مهارت های ارتباطی خود را ارتقا می دهند.

برقراری ارتباط با کارآفرینان برتر ایرانی داخل و خارج کشور و شنیدن شرح داستان موفقیت آن ها از دیگر برنامه های این مدرسه تابستانی است. شرکت کنندگان در این مدرسه به عضویت باشگاه کارآفرینان جوان دانشگاه صنعتی شریف در می آیند. با تست هایی که از شرکت کنندگان در این مدرسه تابستانی گرفته می شود استعداد های برتر حوزه کسب و کار کشف شده و با برنامه ۱۰ ساله ای که برای آن ها در نظر گرفته شده است کارآفرینان بزرگ آینده کشور شناسایی و آموزش داده خواهند شد.

اولویت اصلی مدرسه تابستانی کسب و کار دانشگاه صنعتی شریف ایجاد خلاقیت و نوآوری در دانشجویان و دانش آموزان است. این مدرسه برای دو گروه دانشجویان و دانش آموزان به صورت جداگانه برگزار می شود.

جوامع بشری روز به روز پیچیده تر می شوند و در نتیجه، مسائل و بحران های آن ها نیز عمیق تر، گسترده تر و سریع تر از گذشته بر نهادها و سازمان ها تأثیر می گذارند. هر چند علم مدیریت به کمک مدیران می آید تا آن ها را در حل معضلات و مشکلات درونی یا محیطی سازمان خود یاری کند، اما احاطه بر شیوه های نوین مدیریت و نیز به کارگیری روش های سودمند برای حوزه فرهنگ و هنر، به آسانی به دست نمی آید و نیازمند آموزش های تخصصی در این حوزه است تا مدیرانی توانمند پرورش یابند. بدین منظور ستاد با همکاری سازمان مدیریت صنعتی به طراحی رشته MBA فرهنگی و هنری پرداخت.

## مدرسه تابستانی کسب و کار شریف

طرح مدرسه تابستانی کسب و کار شریف با هدف تقویت مهارت های ارتباطی، رشد خلاقیت های فردی و رقم زدن آینده ای متفاوت برای دانش آموزان و دانشجویان برگزار می شود. با توجه به اهمیت و ضرورت آشنایی دانش آموزان با مباحث کسب و کار قبل از ورود به دانشگاه و فقدان این مباحث در سیستم آموزش و پرورش کشور طرح مدرسه تابستانی کسب و کار دانشگاه صنعتی شریف از سال ۹۴ اجرایی شده است و در سال ۹۵ دومین دوره آن با حمایت ستاد برگزار گردید.

- در راه اندازی این مدرسه طرح های دانشگاه های برتر جهان از جمله استنفورد مورد بررسی قرار گرفته و از تعدادی از اعضای هیات علمی ایرانی خارج از کشور نیز دعوت شده تا تجربیات خود را برای شرکت کنندگان بیان کنند.
- برگزاری دوره های آموزشی متنوع مرتبط با کارآفرینی و توسعه کسب و کار به صورت منظم
- برگزاری جلسات آموزشی «هم آموزی» در موضوعات مختلف
- تدوین و طراحی چندین عنوان پروژه پژوهشی در حوزه کارآفرینی و توسعه کسب و کار
- برگزاری شش دوره جشنواره کارآفرینی
- سامانه مشاوره های کارآفرینی به دانشجویان
- تولید محتوا
- توسعه مهارت های شغلی (مدرسه اشتغال)
- طراحی، راه اندازی و حمایت هسته های دانشجوویی دانش بنیان
- راه اندازی کتابخانه تخصصی کارآفرینی



### ۳. حمایت از ایجاد زیرساخت و تجهیز مراکز رشد و شکوفایی

- تجهیز و ارتقای فناوریانه کاخ موزه گلستان
- توسعه مرکز رشد تخصصی هنر اصفهان
- حمایت از راه اندازی مرکز خلاقیت و شکوفایی فرهنگ، هنر و رسانه پارک علم و فناوری اصفهان
- حمایت از راه اندازی مرکز رشد فناوری های نرم تبریز در حوزه هنر
- تجهیز آزمایشگاه پارک علم و فناوری استان همدان
- حمایت از راه اندازی مرکز توسعه فناوری هنرهای دیجیتال مرکز رشد فناوری های نرم استان یزد
- حمایت از راه اندازی پارک علم و فناوری خراسان (دوره شتاب)، تجهیز مرکز رشد فناوری های فرهنگی و زیارت همراه با برگزاری دوره های ایده پروری)
- راه اندازی شهردانایی و مرکز نوآوری و شکوفایی استان البرز
- تجهیز و راه اندازی پارک فناوری نرم و هویت ساز دانشگاه علم و فرهنگ
- راه اندازی مرکز رشد و شکوفایی تخصصی قرآنی استاد حسن دانش
- راه اندازی مرکز نوآوری و شکوفایی دانشگاه الزهرا (س)
- راه اندازی مرکز نوآوری و دفتر انتقال فناوری میراث فرهنگی و هنرهای سنتی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری (خانه ایرج)
- راه اندازی مرکز شکوفایی صنایع فرهنگی کرج
- تأسیس و تجهیز مرکز تحقیق و نوآوری (R&I) حوزه صنایع خلاق با محوریت توسعه کسب و کارهای دانش محور هنر و صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان
- توسعه مرکز رشد تخصصی هنر شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان
- شتاب دهنده استان قم با عنوان تک تاب
- راه اندازی مرکز خلاقیت و شکوفایی خانه بهزاد و قزوینی ها سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
- راه اندازی مرکز نوآوری شهری تهران
- حمایت از راه اندازی پروژه CGI، رایمون مدیا
- تأسیس خانه انیمیشن خاک

## فاز ۲: استفاده از تکنولوژی های مجازی نوین در تالار حوض

خانه جهت ارائه اطلاعات کامل به بازدید کنندگان و تبدیل موزه به مکانی جذاب برای مخاطبان جزء برنامه های این فاز می باشد:

- ✓ مطالعه تطبیقی و گردآوری اطلاعات
- ✓ مستند نگاری آثار
- ✓ طراحی و ساخت اپلیکیشن
- ✓ طراحی و ساخت تجهیزات و مانیتورهای تعاملی

## فاز ۳: نورپردازی تابلوهای تالار حوض خانه

آثار هنری موجود در تالار حوض خانه به وسیله نورپردازی مناسب به نمایش گذاشته می شوند. پیش از شروع این پروژه تابلوهای نفیس این تالار در شرایط نوری بسیار غیر استاندارد قرار داشتند که علاوه بر آسیب رساندن به تابلوها مانع دید مناسب بازدید کنندگان نیز می شد.

- ✓ فاز مطالعاتی
- ✓ کنترل نور محیطی موجود
- ✓ ساماندهی تالار حوض خانه
- ✓ تهیه چراغ های مربوط
- ✓ ساخت تراکت های حامل چراغ
- ✓ نصب و راه اندازی



## تجهیز و ارتقای فناوریانه کاخ موزه گلستان

طی تفاهم نامه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با معاونت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و دستور مقام عالی معاونت، پروژه تجهیز فناوریانه کاخ گلستان با حمایت معاونت علمی به ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز سپرده شد. این پروژه در فاز های متفاوت و با نظارت فنی سازمان میراث فرهنگی در این حوزه تعریف شد. فاز های زیر جهت زیر ساخت سازی و تجهیز تعریف شده و در حال بهره برداری می باشد.

## فاز ۱: زیرساخت شبکه و فیبر نوری

آماده سازی بستر مورد نیاز فیبر در محوطه اطراف کاخ و بهینه

سازی و اجرای شبکه داخل ساختمان ها اعم از:

- ✓ ترانکینگ، کابل کشی و نود های شبکه
- ✓ فیبر کشی محوطه کاخ موزه
- ✓ شبکه انفورماتیک و مدیریت
- ✓ شبکه معاونت و بخش اداری
- ✓ شبکه سالن مردم شناسی و خورشید کلا
- ✓ شبکه بلیت فروشی و کاخ موزه اصلی





## راه اندازی توسعه مرکز رشد تخصصی هنر اصفهان

مرکز رشد تخصصی هنر در سال ۱۳۹۲ و بر اساس تفاهم نامه سه جانبه بین معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری، دانشگاه هنر اصفهان و شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان بنیان نهاده شد و در خرداد ماه سال ۱۳۹۴ افتتاح شد.

این مرکز به منظور ایجاد کسب و کارهای هنر بنیان و منطبق با الگوهای موفق شرکت ها و موسسات دانش بنیان با رویکرد توسعه پایدار راه اندازی گردیده است. بر اساس وظیفه اساسی این مرکز، تیم ها، موسسات و شرکت های فعال در حوزه هنر به عنوان مخاطب-ین اصلی مد نظر قرار گرفته اند تا با هدایت و الگوسازی مناسب برای این مخاطبان بتوان اقتصاد مبتنی بر هنر را در گام اول در منطقه و در ادامه در کشور نهادینه نمود.



مرکز رشد در نظر دارد سیاست گذاری های دانشگاه را از اهداف آموزشی و پژوهشی صرف، به سوی تولید علم و فناوری و خلاقیت های هنری (با قابلیت تجاری سازی قوی) هدایت نموده و در این مسیر بسترهای لازم جهت فعالیت کارآفرینان را فراهم نماید. مرکز رشد تخصصی هنر تلاش کرده است، بستر ورود هنر به اقتصاد دانش بنیان را فراهم کند.

## فاز ۴: توسعه آزمایشگاه و کارگاه مرمت اشیای تاریخی

حفظ گنجینه های با ارزش تاریخی و فرهنگی کاخ گلستان، لزوم ایجاد یک مرکز مطالعه را می طلبد. از این رو برای آماده سازی و تجهیز فضای فیزیکی کارگاه و آزمایشگاه مرمت و تجهیز امکانات مورد نیاز بخش آزمایشگاه مرمت و کارگاه های مرمت اسناد و اشیای تاریخی، برنامه ریزی برای حفظ و مرمت آثار تاریخی موزه بر اساس اولویت صورت گرفته است:

- ✓ مناسب سازی فضای موجود جهت استفاده به عنوان آزمایشگاه و کارگاه
- ✓ آماده سازی تاسیسات آب، برق و فاضلاب مناسب
- ✓ خرید تجهیزات آزمایشگاهی
- ✓ تجهیز نهایی به همراه دکوراسیون مناسب



## حمایت از راه اندازی مرکز خلاقیت و شکوفایی فرهنگ، هنر و رسانه پارک علم و فناوری اصفهان

راه اندازی این مرکز با هدف هدایت و تسهیل ورود تیم های کاری به دوره رشد مقدماتی مرکز رشد تخصص هنر اصفهان انجام شد.

جهت تحقق این مهم سیاست های مرکز به شرح زیر تدوین گردیده است:

- ✓ ایجاد نگرش جدید در حوزه فعالیت های هنری و ترویج کارآفرینی در این حوزه
- ✓ ایجاد اکوسیستم نوآوری و خلق ارزش با ایجاد روحیه کارآفرینی و ارزش آفرینی در میان هنرمندان منطقه
- ✓ ایجاد موج امید در میان اقشار هنرمند و فارغ التحصیلان این حوزه
- ✓ بسط ترسای جهت پیاده سازی ایده های نو مبتنی بر دانش توسط صاحبان ایده و توسعه فرهنگ نوآوری در جامعه به ویژه در حوزه فرهنگ، هنر و رسانه
- ✓ شناسایی و توانمند سازی صاحبان ایده در حوزه پرورش و تجاری سازی ایده
- ✓ پذیرش نوآوران و کمک به ایجاد، پرورش و بقای فعالیت های نوآوران و هدایت آن ها به سمت ایجاد تیم های کاری جهت راه اندازی کسب و کارهای مرتبط با زمینه فرهنگ، هنر و رسانه
- ✓ ایجاد بستر آشنایی با فرایند حمایت از کسب و کارهای حوزه فرهنگ، هنر و رسانه در قالب خدمات مرکز رشد تخصصی هنر شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان و حامیان توسعه این نوع کسب و کارها و فراهم کردن امکان هم افزایی بین افراد و تیم های صاحب ایده

از جمله اهداف دیگر این مرکز رشد می توان به موارد زیر اشاره کرد:



- شناسایی ظرفیت ها و توانایی های بالقوه استان اصفهان در زمینه فرهنگ و هنر و شاخه های مرتبط با آن
- خلق مکانی نمادین برای ایجاد روحیه کارآفرینی در جامعه هنری اصفهان
- کمک به فعلیت یافتن ظرفیت ها و توانمندی های بالقوه در منطقه با زمینه هنر
- تقویت روحیه تلاش، نوآوری، کارآفرینی و جذب نخبگان هنری
- هدایت و الگوسازی مناسب برای مخاطبان مرکز رشد تخصصی هنر
- کمک به دانشگاه ها و مراکز تحقیق و توسعه در تجاری سازی دستاوردهای پژوهشی با رویکرد هنر
- افزایش تولید و سهم خدمات و محصولات فرهنگی و هنر در اقتصاد ملی

بر همین اساس اهداف ایجاد مرکز رشد فناوری های نرم را می توان به شکل ذیل خلاصه نمود:



۱. ایجاد بستری مناسب به منظور تجاری سازی دستاوردهای هنری- فرهنگی و فناوری های نرم

۲. توسعه کارآفرینی در زمینه فناوری های نرم و حمایت از نوآوری و خلاقیت نیروهای محقق جوان در زمینه فعالیت ها و رشته های مرتبط با هنر و فرهنگ اسلامی- ایرانی

۳. کمک به رونق اقتصاد مبتنی بر نوآوری از طریق توسعه فناوری های نرم

۴. ایجاد فضای لازم جهت گسترش واحدهای کوچک و متوسط (SME) دانش بنیان در حوزه فناوری های نرم

۵. توسعه محصولات و خدمات دانش بنیان در زمینه هنر، متناسب با نیاز روز جامعه و صنعت

۶. بستر سازی برای ایجاد فرصت های شغلی جدید مبتنی بر فناوری های نرم، برای جذب کار آفرینان و دانش آموختگان دانشگاهی در زمینه های هنر، معماری و طراحی صنعتی

۷. کمک به ارتقاء و اشاعه فرهنگ اسلامی- ایرانی از طریق توسعه فرآیندهای مبتنی بر دانش در حوزه فناوری های نرم



### مرکز رشد فناوری های نرم تبریز در حوزه هنر

با توجه به اهمیت حمایت از راه اندازی توسعه هنر و فرهنگ اسلامی، ساماندهی و هدایت نیروهای محقق جوان در زمینه فعالیت ها و رشته های مرتبط با هنر و فرهنگ اسلامی- ایرانی و فناوری های نرم در قالب ساختارهای سازمانی مبتنی بر دانش ضروری می نماید. این امر می تواند به استفاده از ظرفیت رشته های هنری و همچنین رشته های واسط میان هنر و مهندسی مثل معماری، چند رسانه ای و طراحی صنعتی در اشاعه هنر فرهنگ ساز و سبک زندگی اسلامی- ایرانی از طریق ارائه محصولات و خدمات دانش بنیان، متناسب با نیاز روز جامعه و صنعت کمک نماید.

یکی از راهکارهای اصولی تحقق این مهم، راه اندازی مراکز رشد تخصصی در زمینه فناوری های نرم مرتبط با فرهنگ و هنر اسلامی می باشد که می تواند به ارتقاء و شکوفایی هرچه بیشتر فرهنگ اسلامی- ایرانی و معرفی و اشاعه آن به سایر مناطق دنیا منجر گردد.





### تجهیز آزمایشگاه پارک علم و فناوری استان همدان

پارک علم و فناوری استان همدان از ابتدای تاسیس و در راستای توسعه و تجهیز مراکز رشد، راه اندازی آزمایشگاه تخصصی سفال و سرامیک را در برنامه های توسعه فناوری خود قرار داده است. تجهیز و راه اندازی آزمایشگاه های تخصصی پارک در استان همدان به منظور حمایت از هسته ها، واحدها، مؤسسات و شرکت های دانش بنیان کارآفرین و همچنین دانشجویان، دانشگاهیان و متخصصین علاقمند به فناوری های نوین و پیشرفته است. چراکه پارک معتقد است که با پا گرفتن شرکت های نوپای فناور در این زمینه؛ توسعه فناوری به عنوان یکی از ابزارهای رشد اقتصادی در استان مطرح خواهد شد.

آزمایشگاه های تخصصی از طریق ارائه خدمات، رشد شرکت های تازه تاسیس در این حوزه را تسریع می کنند و بستری مناسب جهت جذب و حمایت از کارآفرینان به خصوص دانش آموختگان نخبه دانشگاهی در حوزه های تخصصی و جدید دانش مهیا خواهند نمود که با انجام آزمایشات تخصصی به توسعه علوم و فناوری و نهایتاً تجاری سازی تحقیقات در استان و منطقه کمک شایانی خواهد شد.



مرکز رشد فناوری های نرم دانشگاه هنر اسلامی تبریز با همکاری پارک علم و فناوری استان آذربایجان شرقی در راستای سیاست گسترش و حمایت از توسعه فناوری های نرم در کشور، تجاری سازی دستاوردهای پژوهشی در زمینه های هنری- فرهنگی و بسترسازی برای ایجاد شرکت های کوچک و متوسط (SME) مبتنی بر دانش و تکنولوژی های نوین در حوزه فناوری های نرم، جهت اشاعه هنر فرهنگ ساز و سبک زندگی اسلامی- ایرانی از طریق ارائه محصولات و خدمات دانش بنیان، متناسب با نیاز روز جامعه و صنعت، اقدام به راه اندازی مرکز رشد فناوری های نرم، نموده است.

این مرکز در نظر دارد از طرح های نوآور در حوزه فناوری های نرم که قابلیت ایجاد کسب و کار دانش بنیان دارند در صورت حائز شرایط بودن، حمایت نماید.



حوزه تخصصی سفال مجتمع آزمایشگاهی پارک علم و فناوری همدان مشتمل بر آزمایشگاه‌های ذیل است:

- مجموعه آزمایشگاهی مواد پیشرفته
- سفال و بدنه
- سرامیک
- لعاب



با توجه به سابقه چند هزار ساله لالچین در ساخت سفال و سرامیک وجود آزمایشگاه تخصصی در این زمینه ضروری به نظر می‌رسید. همچنین اصلاح بافت بدنه و رنگ و لعاب نیازمند تجهیزات و وسایل تخصصی است که در کل شهر همدان چنین آزمایشگاهی وجود نداشت که فقدان این آزمایشگاه باعث افت کیفیت محصولات به مرور زمان و کاهش تولید شده بود.

از اهداف این طرح می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

✓ ارائه خدمات آزمایشگاهی به:

- شرکت‌های حوزه سفال و سرامیک
- شرکت‌ها و فروشگاه‌های سطح لاله جین
- دانشجویان و پژوهشگران و علاقه‌مندان

✓ کمک به توسعه صادرات غیر نفتی

✓ اعمال مدیریت صحیح و به کارگیری دانش روز و استفاده از

فناوری‌های نوین در حوزه‌های مرتبط

✓ بسترسازی و کمک به افزایش تولید بازارمحور و دانش‌مدار در

حوزه سفال و سرامیک



### حمایت از مرکز توسعه فناوری هنرهای دیجیتال مرکز رشد فناوری‌های نرم استان یزد

تجهیز یک مرکز پویانمایی جهت بهره‌برداری شرکت‌های حوزه پویانمایی با فراهم آوردن فضایی جهت هم‌افزایی شرکت‌های حوزه پویانمایی همراه با آموزش دوره‌های پویانمایی عمومی و تخصصی و پایش شرکت‌های این حوزه جهت استقرار و استفاده از این زیست‌بوم امکان توسعه این حوزه و نیروی انسانی متخصص را فراهم می‌نماید. برگزاری کارگاه‌های پویانمایی تخصصی همراه با ارائه خدمات برای رسیدن به این اهداف از جمله برنامه‌های این مرکز می‌باشد.



## حمایت از مرکز رشد فناوری های فرهنگی و زیارت

مرکز رشد فناوری های فرهنگی و زیارت، به عنوان مرکز شتاب دهنده مربی محور به منظور حمایت از کارآفرینان و فعالین در حوزه فناوری های فرهنگی تأسیس شده است. این مرکز در صد است بستری مناسب جهت ساماندهی مجموعه های فعال در این حوزه و تربیت نیروی انسانی کارآفرین مبتنی بر ارزش های اسلامی - ایرانی را فراهم آورد. هدف اصلی این مرکز بسترسازی جهت ساماندهی مجموعه های فعال در حوزه فرهنگی و زیارت و تربیت نیروی انسانی کارآفرین مبتنی بر ارزش های اسلامی ایرانی و در نتیجه بسترسازی و شبکه سازی برای ایجاد فرصت های شغلی جدید، پایدار و متناسب با نیازهای شهر زیارتی مشهد با تأکید بر پتانسیل ها و ظرفیت های حوزه زیارت و بخش خصوصی دانش محور و فناور است. چشم انداز مرکز رشد فناوری، تبدیل شدن به مرجع و قطب علمی در تولید و صادرات فناوری های فرهنگی مبتنی بر حوزه تخصصی زیارت و با نگاه بومی و اسلامی در منطقه خاورمیانه و استقرار اقتصاد دانش محور و ارزش آفرین از طریق هم افزایی و ارتقای توان علمی و فناوری شرکت های دانش بنیان در جهت رفع نیازهای پژوهشی و فناوری، حوزه فناوری های فرهنگی و زیارت است که در این راستا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز حمایت و توجه ویژه ای به شرکت های مستقر در این مرکز داشته است.



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

## پارک علم و فناوری خراسان

حمایت از پارک علم و فناوری خراسان (دوره شتاب، تجهیز مرکز رشد فناوری های فرهنگی و زیارت همراه با برگزاری دوره های ایده پروری)

مرکز رشد فناوری های فرهنگی و زیارت زیر مجموعه مرکز رشد پارک علم و فناوری خراسان در سال ۹۳ با هدف ساماندهی مجموعه های فعال در حوزه فرهنگ و زیارت و تربیت نیروی انسانی کارآفرین متناسب با نیازهای شهر مشهد تأسیس شده است.

- شروع فعالیت ها با برگزاری نمایشگاه در بهمن ۹۴
- برگزاری شش دوره ایده پروری
- نمایشگاه محصولات فرهنگی فناورانه
- استقرار و حمایت از ۲۴ گروه فناور در دوره شتاب
- تولید محصولات فرهنگی ترویجی
- همکاری در تدوین سند فرهنگی شهر مشهد

## شهر دانایی



مرکز رشد فناوری های فرهنگی و زیارت، مجموعه ای است که تحت مدیریت متخصصین حرفه ای با ارائه خدمات حمایتی مختلف از مجموعه ها و مؤسسات فعال و نوپا در حوزه فناوری های فرهنگی و زیارت تشکیل شده است. رسالت اصلی مرکز رشد فناوری های فرهنگی و زیارت ایجاد محیطی است که مؤسسات مذکور ضمن شناسایی یکدیگر و ایجاد خوشه های صنایع فناوری فرهنگی نیازهای استان خراسان رضوی و کشور را از طریق ایجاد مشاغل مولد برطرف نمایند. همچنین این مرکز تلاش می کند تا از طریق شبکه سازی پژوهشگران و صاحب نظران، زمینه پیشرفت عدالت محور و توسعه اقتصادی متکی بر دانش و ارتقای سطح رفاه اجتماعی در حوزه های فرهنگی و برطرف کردن نیازهای فناوری های حوزه گردشگری مذهبی (زیارت) کمک کند.

پارک موضوعی (Theme Park) علمی و فن آوری برای

کودکان و نوجوانان

■ مرکز رشد و شتاب دهنده شرکت های فن آور و نوآور در

حوزه فن آوری اطلاعات و ارتباطات

■ مرکز رشد و شتاب دهنده شرکت های فن آور و نوآور در

حوزه صنایع فرهنگی

■ مرکز تجمیع زیرساخت های فن آوری اطلاعات و ارتباطات

استان البرز

■ رصد خانه شهری کرج

■ دهکده هنر



## راه اندازی شهر دانایی و مرکز نوآوری و شکوفایی

## استان البرز

اهداف و ویژگی های پارک در یک نگاه کلی به شرح زیر

می باشد:

✓ ایجاد محیطی جهت رشد خلاقیت، جستجوگری و ابداع در

کودکان و نوجوانان بر پایه فعالیت های سرگرم کننده و تعاملی

با چاشنی بازی، مسابقه، هیجان و ماجراجویی

✓ توجه ویژه به بازدید تعاملی مخاطبان از پارک و یا به عبارتی

تجربه به جای مشاهده

تفاهم نامه ای در خصوص مشارکت در اجرای طرح «شهر دانایی

- مرکز نوآوری و شکوفایی البرز» بین معاون علمی رئیس جمهور،

استاندار البرز و شهردار کرج به امضا رسید. این تفاهم نامه بر

خلاف روال مرسوم در کشور کاملاً عملیاتی و اجرایی تنظیم شده

است. «شهر دانایی» شامل بخش های زیر می باشد:





این پارک با هدف، بستر سازی و ایجاد زیر ساخت های لازم جهت رشد، توسعه و ارتقاء فعالیت های موسسات فناور مرتبط، جذب متخصصین، نوآوران و مبتکران با اولویت فناوری های روز و نیازهای کشورهای کشور و منطقه، ساماندهی مجموعه های فعال فناوری نرم در کشور و هم افزایی توان ایشان در جهت رفع نیازهای جامعه، بسط سازی جهت ارتباط میان مجموعه های فعال در صنایع فناوری های سخت با صنایع فعال در فناوری های نرم برای رفع نیازهای کشور، تقویت ساختارهای حمایتی از موسسات دانش محور و کمک به جذب سرمایه گذاری خارجی و جذب دانش فنی و برقراری ارتباط با دیگر بخش های تحقیقاتی، صنعتی و اقتصادی و همکاری برای افزایش توان رقابتی شرکت ها در سطح ملی و بین المللی مورد حمایت ستاد قرار می گیرد.

اهم فعالیت های تعریف شده در راستای این پروژه :

- ✓ عقد تفاهم نامه ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز
- ✓ معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و دانشگاه علم و فرهنگ
- ✓ برگزاری جلسه با دفتر برنامه ریزی امور فناوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری جهت دریافت مجوزهای قانونی
- ✓ تهیه طرح راه اندازی مرکز

✓ به کارگیری روال های خلاقانه و جذاب جهت آموزش و منحصر نشدن بحث آموزش در ادوات و روال های تکنولوژیک و پیچیده

✓ تقویت روحیه مشارکت و کار جمعی با تعریف فعالیت های گروهی

✓ توجه به تعریف عمومی پارک به عنوان مکانی با فضای باز و طبیعی که افراد در آنجا از سطحی از آزادی عمل برخوردارند.

✓ آموزش و فرهنگ سازی با روش های خلاقانه و نو در خصوص شناخت، نگه داری و بهره برداری مناسب از محیط زیست و منابع طبیعی با توجه به مفهوم توسعه پایدار و عنوان «اکولوژیک» پارک

✓ پرداختن به کلیه شاخه های علوم به ویژه علوم انسانی و هنر و متمرکز نشدن در نمایش پدیده های فیزیکی - مهندسی

✓ طراحی برنامه های ویژه و اردویی جهت تداوم ارتباط مخاطبان با پارک و ایجاد انگیزه مراجعه مجدد به پارک

## تجهیز و راه اندازی پارک فناوری های نرم و هویت ساز دانشگاه علم و فرهنگ

پارک های علم و فناوری به عنوان یکی از ساختارهای موثر در توسعه فناوری و به تبع آن، توسعه اقتصاد دانش محور و اشتغال زایی تخصصی مورد توجه بسیاری از کشورهای جهان واقع شده است. پارک های علم و فناوری، محیط هایی مناسب برای استقرار و حضور حرفه ای شرکت های کوچک و متوسط (SME) و واحدهای تحقیق و توسعه (R&D) هستند که در تعامل سازنده با یکدیگر و با دانشگاه ها به فعالیت های اقتصادی دانش بنیان اشتغال دارند.

### اهداف پروژه:

- ✓ کمک به وارد شدن فناوری های روز با شرایط اجتماعی - اقتصادی و باعث رونق حوزه های قرآنی
- ✓ افزایش ظرفیت پذیرش و توسعه خدمات به افراد و موسسات خارج از مرکز در حوزه قرآنی
- ✓ ایجاد پیوند بین واحدهای تولیدی و سازمان ها و موسسات تحقیقاتی مراکز اسلامی و قرآنی؛
- ✓ حمایت های مالی و قانونی و معنوی از موسسات و شرکت ها برای سرمایه گذاری بر روی ایده های دینی و قرآنی؛

- ✓ ایجاد هماهنگی با دانشگاه های استان تهران در خصوص برگزاری نشست های هم اندیشی
- ✓ پیگیری تشکیل کارگروه های تخصصی با دانشگاه ها در حوزه های مرتبط
- ✓ شناسایی دانشگاهیان و افراد نخبه و تاثیرگذار در حوزه فناوری های نرم و فرهنگی
- ✓ هماهنگی با موسسات و انجمن های فرهنگی و هنری
- ✓ ارتباط با افراد حقیقی و حقوقی موثر در این حوزه
- ✓ ارتباط با سازمان های ذیربط جهت انجام همکاری های دوجانبه
- ✓ پیگیری جهت حضور در گردهمایی پارک ها و مراکز رشد جهان

### مرکز رشد و شکوفایی تخصصی قرآنی استاد حسن دانش

سازمان فعالیت های قرآنی دانشگاهیان کشور وابسته به جهاد دانشگاهی با هدف حمایت از کسب و کارهای نوپای مبتنی بر فناوری و هنر قرآنی اقدام به تاسیس مرکز شکوفایی قرآنی استاد حسن دانش نمود.

این پروژه شامل:

- فاز اول: مطالعاتی،
- فاز دوم: تشکیلاتی و توسعه ای،
- فاز سوم: فعالیت های نرم افزاری
- فاز چهارم: فراخوان و پذیرش جهت تاسیس مرکز شکوفایی قرآنی



### مرکز نوآوری و شکوفایی دانشگاه الزهرا (س)

در سال های اخیر متأسفانه در سیستم آموزشی رسمی در ایران تمرکز بیشتر از هر چیز بر توسعه کمی بوده است، این امر به مدرک گرایی منجر شده و در نتیجه فارغ التحصیلان دانشگاهی کمتر در حوزه های مربوط به مهارت های زندگی و شغلی آمادگی به دست آورده اند، لذا می بینیم که دانشجویان پس از پایان تحصیل کمتر از حد انتظار آماده ورود به بازار کار و مواجهه با مسایل واقعی زندگی اند.

## مرکز نوآوری و دفتر انتقال فناوری میراث فرهنگی و هنرهای سنتی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری (خانه ایرج)

این طرح در جهت ایجاد مرکز نوآوری میراث فرهنگی و هنرهای سنتی با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری راه اندازی گردیده است که در قالب آن ساختمان سرهنگ ایرج واقع در محله عمودلاجان تهران مرمت شده و فضاهای مناسب برای استقرار شرکت های دانش بنیان مهیا گردیده است و بدین نحو جوانان خلاق در حوزه میراث فرهنگی و هنرهای سنتی مورد حمایت قرار می گیرند تا بتوانند یک کسب و کار کوچک ولی اقتصادی را در حوزه های میراث فرهنگی و هنرهای سنتی ایجاد کنند. همچنین در چارچوب این طرح، موضوع ایجاد دفتر انتقال فناوری از خارج به داخل نیز پیگیری و اجرا خواهد شد.



اهداف اصلی طرح، کاربردی سازی پژوهش و ایجاد فضای توانمند ساز جهت توسعه صنایع خلاق در حوزه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و ارتقای فرهنگ کارآفرینی مبتنی بر دانش در حوزه میراث فرهنگی، حمایت از شکل گیری و توسعه فعالیت



این کارگاه ها تلاشی برای کمک به دانشجویان دانشگاه الزهراء هستند تا بتوانند بر روی توسعه مهارت های فردی خود سرمایه گذاری کنند و کیفیت زندگی خود را بهبود بخشند.

در کارگاه های توسعه فردی در دانشگاه الزهراء، هشت کارگاه آموزشی-ترویجی (سه ساعته) با موضوع توسعه مهارت های فردی در دانشگاه الزهراء برای حداقل ۴۰۰ شرکت کننده، با محوریت موضوعات چرا دانشگاه رفتن به درد می خورد؟ / چگونه شغلی را که دوست داریم، پیدا کنیم؟ / چگونه شبکه ارتباطات حرفه ای را توسعه دهیم؟ / چگونه خوش شانسی باشیم؟ (خلق فرصت و آمادگی برای مواجهه با آن ها) / از کجا شروع کنیم؟ (از ایده تا اجرا) / چرا باید فروشنده خوبی باشیم؟ (مهارت های مذاکره) / مهارت های تصمیم گیری و تفکر استراتژیک کدام ها هستند؟ برگزار می شود.

از خود تا دیگران: هوش هیجانی، خروجی این دوره ها برای دانشجویان آشنایی با کسب و کار و بازار کار است تا هر یک از دانشجویان به جای دغدغه کار در ادارات دولتی و خصوصی بتواند با توانایی های دوران تحصیل خود کسب و کار ایجاد کند و یا حداقل بتواند شایستگی ها و توانایی های خود را در بازار کار ارائه دهد و در جامعه برای تخصص خود تقاضا ایجاد کند.



## مرکز شکوفایی صنایع فرهنگی کرج

شرکت دانش بنیان آینده پژوهان ابر زندگی، در راستای توسعه خدمات و سرویس های مبتنی بر محتوا و با رویکرد ارتقاء سبک زندگی جامعه تاسیس شده است. این شرکت با بهره گیری از اساتید و صاحب نظران این حوزه تلاش دارد زمینه فرهنگ سازی و آموزش موضوعات مختلف سبک زندگی را با استفاده از ظرفیت های عظیم رسانه، به ویژه فضای مجازی و رسانه های نوین فراهم آورد و با انجام پژوهش و مطالعات کاربردی و با توجه به اصول و ارزش های ایرانی - اسلامی و فرهنگ بومی، سبک زندگی جامعه را ارتقاء دهد.



شرکت های دانش بنیان جهت فعالیت در حوزه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ایجاد فضای کارآفرینی و پویای اقتصادی در میان دانش آموختگان بخش میراث فرهنگی، استفاده از یافته های دانشی سایر رشته ها و توسعه استفاده کاربردی از دانش فنی حوزه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری می باشد.



مرکز شکوفایی

صنایع فرهنگی کرج

هدف اصلی یک شتاب دهنده کسب و کار موفق و ارزشمند این است که بتواند بقا یابد. مراکز شتاب دهنده اولیه بر شرکت های فناوری محور تمرکز داشتند، اما شتاب دهنده های جدید تر با شرکت هایی از صنایع مختلف نیز همکاری دارند.

در راستای دستیابی به اهداف مذکور، ایجاد مرکز نوآوری Innovation center به صورت مستقل و در بنای تاریخی انتخاب شده و ایجاد دفتر انتقال تکنولوژی Technology transfer office در بدنه پژوهشی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری کشور در نظر گرفته شده است. به منظور محقق شدن این اهداف، گام اولیه، تأمین محل فیزیکی برای این امر است که خانه سرهنگ ایرج به عنوان یکی از بناهای تاریخی شهر تهران برای این موضوع انتخاب شده است.

حمایت از ایجاد شرکت های دانش بنیان در حوزه میراث فرهنگی، هنرهای ملی و گردشگری و بسترسازی

تدوین و طراحی نظام نامه فرآیندی مرکز نوآوری و دفتر انتقال تکنولوژی

انجام مطالعات مقدماتی و اجرای طرح مرمت فیزیکی (تجهیز مکان فیزیکی استقرار شرکت های دانش بنیان)

## تأسیس و تجهیز مرکز تحقیق و نوآوری (R&I) حوزه صنایع خلاق با محوریت توسعه کسب و کارهای دانش محور هنر و صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان

با وجود تنوع فرهنگی استان سیستان و بلوچستان و ظرفیت عظیم هنرمندان صنایع دستی و محصولات هنری و صنایع دستی متنوع در این منطقه، کسب و کار در حوزه هنر و صنایع دستی در این استان از رونق کافی برخوردار نبوده و نیاز به حمایت بیشتری در خصوص نوآوری در کسب و کارهای این حوزه وجود دارد. بر این اساس پارک علم و فناوری در نظر دارد تا با راه اندازی و تجهیز مرکز تحقیق و نوآوری هنر و صنایع دستی امکانات لازم را برای هنرمندان و علاقه مندان به این حوزه فراهم نموده و به دانش بنیان شدن استارت آپ های این حوزه کمک نماید و مشاوره و خدمات لازم را برای آنها فراهم نماید.

همچنین پارک در نظر دارد تا با راه اندازی این مرکز، مشکلات و محدودیت های موجود در این صنعت (بخصوص ضعف در سیستم طراحی، ترکیب رنگ و بسته بندی) و نیز عدم آشنایی با نحوه ورود به بازار و همچنین عدم تطابق تولیدات با نیاز جامع که در نهایت منجر به شکست اکثر استارت آپ ها در این حوزه می شود را مرتفع نماید و زمینه تجاری سازی و برندسازی محصولات این صنعت را فراهم نماید و خدمات و مشاوره های لازم را به کارآفرینان و نوآوران این حوزه ارائه دهد. بدین جهت بستر سازی رونق این صنعت با توجه به استاندارد یک کسب و کار دانش محور و با محوریت ایجاد بخش تحقیق و نوآوری (R&I) بسیار حائز اهمیت است. در راستای پیاده سازی این طرح دو فاز راه اندازی و بهره برداری در نظر گرفته شده است، اهداف تامین و تجهیز این مرکز عبارتند از:

شتاب دهندگان کسب و کار در اقتصادهای توسعه یافته مورد توجه زیادی قرار گرفته اند. شتاب دهندگان کسب و کار ابزار توسعه اقتصادی ارزشمندی برای بقا و رشد جوامع می باشند. شتاب دهنده های کسب و کار حامی و توسعه دهنده استارت آپ ها هستند که این حمایت را از طریق ارائه خدمات مشاوره ای و مدیریتی برای کسب و کارهای نوپا فراهم می کنند .

رویکرد مورد نظر در این طرح، ارایه راه کاری است که موجب فرهنگ سازی (بومی سازی فرهنگ ایرانی- اسلامی)، رشد کار آفرینی، کاهش بیکاری، تولید ثروت، ایجاد زمینه های سرمایه گذاری در زمینه فناوری های فرهنگی، تقویت ارتباط صنعت با دانشگاه، جذب حامیان طرح های کار آفرینی، ورود دولت به مقوله حمایت از کارآفرینی موفق و نهایتاً اشاعه فرهنگ ایجاد شرایط سهولت کار آفرینی و مربیگری در توسعه کار آفرینی شود.

از فعالیت های مهم این مجموعه راه اندازی خلاقیت کده شریف، ابرسلامت، ابردانش دانشنامه آزاد دانش آموزی داستانک (استعدادیابی داستان نویسی) نقاشک (استعدادیابی نقاشی)، قهرمانک (استعدادیابی ورزشی) کارآفرینک (پرورش استعداد کارآفرینی) می باشد.



## اهداف:

- حمایت از تولید کنندگان و طراحان محصولات صنایع خلاق (با محوریت هنر و صنایع دستی) در استان
- تعریف استاندارد محصولات این حوزه، برند سازی و شبکه سازی جهت عرضه در بازارهای داخلی و خارجی
- پذیرش نوآوران و کمک به ایجاد، پرورش و بقای فعالیت نوآوران و نیروهای جوان و هدایت آن‌ها به سمت فعالیت‌های گروهی
- فراهم نمودن بستر مناسب جهت ورود تکنولوژی نوین و مواد اولیه با کیفیت به این صنعت
- استفاده از خلاقیت و نوآوری و فناوری نوین در بخش صنایع دستی و تولید ارزش افزوده بیشتر
- ایجاد شبکه کسب و کار دانش محور در این عرصه

## توسعه مرکز رشد تخصصی هنر شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان

این مرکز به منظور ایجاد کسب و کارهای هنر بنیان و منطبق با الگوهای موفق شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان با رویکرد توسعه پایدار و بستر ورود هنر به اقتصاد دانش بنیان در خرداد ماه سال ۱۳۹۴ راه اندازی و افتتاح شد.



شرک علمی و تحقیقاتی اصفهان

ساختمان مرکز چهار طبقه است. دو طبقه محل استقرار شرکت‌ها و دو طبقه محل ارائه و محل فروش و بازاریابی شرکت‌ها می‌باشد.

## شتاب دهنده استان قم با عنوان تک تاب

شتاب دهنده تاب تک با هدف ایجاد تحولات مثبت و موثر در کار آفرینی با تجاری سازی ایده های برتر به عنوان اولین شتاب دهنده استان قم برای حمایت از کار آفرینی استان و تمرکز بخشی به فعالیت های شرکت در بخش کار آفرینی راه اندازی شد. از جمله اهداف و برنامه های اساسی راه اندازی «تاب تک» سرعت بخشی به شکل گیری کسب و کارهای دانش بنیان و خلق ارزش و ثروت، کمک به تحقق مبانی اقتصاد مقاومتی و اقتصاد مبتنی بر دانش با بستر سازی مناسب جهت عملی نمودن اهداف آن‌ها و در نهایت رشد اقتصادی کشور است.

## مرکز خلاقیت و شکوفایی خانه بهزاد و قزوینی ها سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

توسعه صنایع دستی به عنوان نقطه تلاقی هنر ایرانی، اندیشه نوآورانه، اشتغال زایی گسترده و ظرفیت صادراتی با ارزش افزوده بالا مورد توجه روز افزون بخش های مختلف حاکمیتی و دولتی، همچنین فعالان اقتصادی بخش های خصوصی و تعاونی قرار دارد. توسعه این بخش اقتصادی - فرهنگی نیازمند ایجاد و توسعه زیرساخت های متنوعی در حوزه محتوا، تعاملات و کسب و کارهای مرتبط با این فعالیت است. در حال حاضر بخش مهمی از این زیرساخت ها وجود ندارند و ایجاد یک مرکز به عنوان کانون متشکل نمودن نوآوران این بخش و سازماندهی حمایت از طرح های نوآورانه صنایع دستی به سازماندهی تک تک نیازها و در نهایت ساماندهی زیست بوم کامل صنایع دستی کمک می کند. هنرخانه بهزاد در تهران و هنرخانه قزوینی ها در اصفهان به عنوان مکانی مناسب برای تجمیع این فعالیت ها از جهت هویتی و هم از نظر میزان فضا و موقعیت مکانی برای آغاز این فعالیت قابل استفاده است.



مرکز نوآوری شهری تهران  
Tehran Urban Innovation Center  
[Shift] Process Practice ©

## مرکز نوآوری شهری تهران

متعاقب تحولات شگرفی که در عرصه فناوری و تکنولوژی رخ داده است، تمامی مراکز متمرکز بر نوآوری های تکنولوژیک، در تلاش هستند یک شبکه جهانی برای به اشتراک گذاری اطلاعات، ایده ها و مهارت های خود به صورت آنلاین و بی واسطه را دارند. در حقیقت، این موضوع را می توان فرآیندی در نظر گرفت که در آن مرزهای علمی میان کشورها هر روز کمرنگ تر و تحرک روزافزون منابع، تکنولوژی و نیروی انسانی در ماورای مرزها سهل تر صورت می گیرد و در نتیجه به افزایش تولید خلاقانه کشورها می انجامد.



با تاسیس هنرخانه امکان اجرای پروژه های زیادی روی این زیرساخت وجود دارد: توسعه شبکه ای زنجیره ای در کل کشور، جذب منابع مالی و انسانی برای پروژه های نوآورانه و ده ها اقدام موثر کارآفرینی، سرمایه گذاری، مدیریت دانش و منابع انسانی، برگزاری نشست ها و کنفرانس ها و جشنواره های تخصصی. اجرای پروژه هایی مشابه موارد فوق نیازمند استفاده از ظرفیت های همکاری و مشارکت ذی نفعان بخش صنایع دستی و تشویق کارآفرینان و صاحبان سرمایه های مالی، انسانی و اجتماعی به توجه به این بخش از اقتصاد ملی است.



تعریف و معرفی و فرصت ها، مهارت در مذاکره و ایجاد توافقات پایدار و ارائه الگوهای مشارکتی و تعریف منافع مشترک و اختصاصی برای اشخاص حقیقی و حقوقی ذی نفع از الزامات اجرای موفق هر طرح تجاری و از جمله توسعه کسب و کارهای مرتبط با صنایع دستی است.





۱۰۰

**ب.** شبکه مبلمان و ملزومات روشنایی: این شبکه که شامل ملزومات نشستن، آبخوری، اینترنت رایگان، الکتریسیته رایگان و... می باشد، امکان استفاده از فضاهای پیاده رو در امتداد شریان های شهری را مهیا می کند و همچنین نورپردازی تعبیه شده در این مبلمان، فضای اطراف سایت را به فضایی امن جهت استفاده شهروندان تبدیل می کند.

**ج.** دکه های خود اشتغالی و گالری های موقت هنری دارای امکانات مناسب: به عنوان بخشی از شبکه شهری طراحی شده، مجموعه ای از کانتینر های صنعتی تغییر کاربری می شوند تا به عنوان گالری های موقت هنری و دکه های خود اشتغالی اجرا شوند.

به عنوان اولین پروژه مرکز نوآوری های شهری تهران، پروژه خاک آبی، جانمایی مرکز در محله خاک سفید تهران در نظر گرفته شده است. لازم به ذکر است که صرف ایجاد این مرکز در این بافت محروم و بحران زده شهری، موجبات جذب قشر مولد (Creative Class) به این منطقه از شهر را فراهم خواهد کرد که به خودی خود، بهسازی کالبدی و عملکردی و فرهنگی - اجتماعی منطقه را به ارمغان می آورد.

این پروژه شامل طراحی و اجرای مجموعه ای از پروژه های خرد مقیاس در منطقه به شرح ذیل است:

**الف.** واحد سیار فرهنگی: این واحد سیار، شامل ملزومات لازم جهت برگزاری نمایشگاه های هنری و کلاس های سیار در عمق بافت مسکونی است و امکاناتی چون پروژکتور، مبلمان، اینترنت Wifi، صفحه نمایش دیجیتال و... را برای کاربران مهیا می کند.



رایمون

مدیا

پروژه CGI، رایمون مدیا

## تاسیس خانه انیمیشن خاک

در طرح خانه انیمیشن کرمان دو هدف اصلی دنبال می گردد:

- الف.** ایجاد زیر ساختی مناسب جهت تولید پروژه های انیمیشن
- ب.** تربیت نیروی متخصصی که به اهداف و آرمان هایی انقلاب اسلامی پایبند باشد.

منظور از زیر ساخت، ایجاد فضایی مناسب است که در آن افراد مستعد بتوانند استعداد های خود را در آن بروز دهند. این فضا شامل موارد زیر است:

مکانی برای برگزاری کلاس، ورکشاپ و تولید پروژه های انیمیشن، سخت افزار و نرم افزارهای مورد نیاز یک تیم برای آموزش و تولید انیمیشن، لوازم جنبی مانند امکانات نمایشی و... مجموعه شتاب دهی کرمان با برگزاری کارگاه صنعت انیمیشن، کارگاه هم اندیشی هنر و انیمیشن و ایجاد انجمن صنفی انیمیشن کرمان به تولید انیمیشن و محتوا پرداخته است. تولید محصولاتی اعم از برنامه تلویزیونی قلک، انیمیشن سینمایی سیناپس، پروژه اوکتی ها و پروژه جزیره دودو ها از خروجی های این مجموعه است.



مرکز CGI رایمون مدیا، با زیر بنای سه هزار متر مربع و در فضایی بالغ بر ۴۵۰۰ متر مربع در شرق تهران تاسیس شد، رایمون مدیا زیر ساخت و تجهیزات فنی خود را مطابق فناوری های نوین دنیا برای خلق آثار ارزشمند و ماندگار تجهیز کرده است. اهم خدمات این شرکت بر اساس اصول بنیادین و مهم نباشد که بتواند تمامی جنبه های تولیدی، کارآفرینی، فرهنگی و رقابتی یک مجموعه بزرگ و حرفه ای را تحت پوشش قرار دهد.

مجموعه بزرگ رایمون مدیا مطابق با توانایی ها و امکانات خود سهم عمده ای در تولید انیمیشن، جلوه های بصری و بازی در بازار خواهد داشت چرا که قدرت پیاده سازی و اجرای شعار بزرگ «از ایده تا عرضه» در فضای کاری شرکت را دارد. و در مراحل تولید در تمامی موارد زیر خدمات گسترده ای ارائه می دهد:

- ✓ خدمات مشاوره ای
- ✓ خدمات اجرایی
- ✓ خدمات فنی





## راه اندازی استودیو تخصصی انیمیشن استان سیستان و بلوچستان

پارک علم و فناوری استان سیستان و بلوچستان با توجه به تعهد خود در گسترش کسب و کارهای دانش بنیان و جهت حمایت از تولید محصولات دانش بنیان در کشور و بومی سازی این تولیدات، اهداف پیش بینی شده‌ای جهت راه‌اندازی و ایجاد استودیو تخصصی در حوزه انیمیشن را به صورت جدی در نظر دارد. با توجه به گستردگی حوزه انیمیشن و همچنین تنوع گروه مخاطبین محتوی و انیمیشن برنامه عملیاتی راه اندازی این حوزه، به دو فاز اجرایی تقسیم بندی می‌گردد. این دو فاز را می‌توان به دو بخش اجرا و راه‌اندازی و سپس خدمات و مشاوره تقسیم نمود.

که در نهایت با پیاده سازی این طرح اهداف زیر قابل دسترسی است:

- ✓ ارائه و تأمین تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری
- ✓ مشاوره و ارائه خدمات سخت افزاری و نرم افزاری به علاقه مندان تولید و صاحبان ایده
- ✓ بازاریابی و خدمات تجاری سازی و حمایت در راستای عرضه محصولات تولیدی
- ✓ استقرار شرکت ها و استارت آپ ها و تأمین تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری استودیو ضبط صدا و دوبله و ارائه به شرکت‌های زیر مجموعه
- ✓ تولید محتوا و انیمیشن
- ✓ برگزاری دوره‌های آموزشی



## حمایت از راه اندازی و ایجاد شتاب دهنده امید

مرکز نوآوری فرهنگی امید (شرکت سفیر نوآوران امید) برای بستری حمایتی گروه‌های فرهنگی فعال در زمینه تولید محصولات چندرسانه‌ای و حمایت از گروه‌های نوپای فرهنگی-رسانه‌ای با حمایت از گروه‌های نوپای فرهنگی-رسانه‌ای، گروه‌ها را همراهی کرده و با برگزاری برنامه شتاب دهی یک ساله که در طول آن از طریق تامین فضا و زیرساخت لازم، آموزش‌های حرفه‌ای و کسب و کار، مربی‌گری، سرمایه اولیه و فضای کاری خلاق، گروه‌ها را در تولید محصولات چند رسانه‌ای و رسیدن به مرحله تاسیس یک مؤسسه مستقل و جذب سرمایه گذار برای ادامه فعالیت خود همراهی می‌کند.





#### ۴. حمایت از برگزارد رویداد استارت آپ،

#### کارآفرینی، همایش و مسابقه

- اولین جشنواره و نمایشگاه ملی اسباب بازی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان
- جشنواره دانش آموختگان و دانشجویان فرش دستباف انجمن علمی فرش ایران
- جشنواره حامد
- جشنواره سرگرم آموز
- حمایت از نمایشگاه بین المللی صنایع دستی
- جشنواره بشری
- رویداد استارت آپ میت آپ تبریز
- رویداد کارآفرینی و مسابقه طراحی محصول با محوریت صنایع دستی بنیاد نخبگان یزد
- نمایشگاه دوخت های سنتی و کارگاه های کارآفرینی
- دوره ایده شوی صنایع دستی جهاد دانشگاهی یزد
- یازدهمین همایش ملی و اولین همایش بین المللی خلیج فارس
- استارت آپ صنایع فرهنگی مرکز رشد و نوآوری دانشگاه علامه

- اولین دوره جشنواره ملی بازی های موبایلی ایرانی، بازی جام
- رویداد کارآفرینی پرش با محوریت گردشگری و صنایع دستی بنیاد نخبگان فارس
- اولین استارت آپ ویکند گردشگری
- جشنواره فیلم کوتاه دانش آموزی مدرسه
- دوره های ایده پروری سوغات زائر
- مسابقات ملی نادکاپ دانشگاه صنعتی شریف
- مسابقات ملی - دانشجویی طراحی مهندسی و هنری پارچه و پوشاک دانشکده نساجی دانشگاه صنعتی اصفهان
- مسابقه ملی طراحی صنعتی ایرانیان
- مسابقات مهارت سنجی فن آورد
- مسابقه تصویر سازی بازی ایرانی (گمانه)
- اولین رویداد ایده بازار اسباب بازی دانشگاه صنعتی امیرکبیر و گروه علمی چهارباغ
- کنفرانس ملی بازی های رایانه ای؛ فرصت ها و چالش ها
- صنایع فرهنگی مرکز رشد و نوآوری دانشگاه علامه





## اولین دوره جشنواره ملی بازی های موبایلی ایرانی، بازی جام

با توجه به این که در سال های اخیر روند تولید و انتشار بازی های موبایلی به شدت رو به افزایش بوده است، جهت توسعه بازار، تولید و ترویج صنعت بازی های موبایلی ایرانی اولین لیگ بازی های موبایلی ایرانی برگزار گردید. این مسابقه با هدف مستقیم افزایش و جذب کاربران بازی های موبایلی ایرانی تعریف و با هدای جوایز ارزنده ای به کار خود پایان داد.

با برگزاری موفقیت آمیز اولین دوره جام بازی های موبایلی ایرانی، دومین دوره بازی جام نیز در تابستان سال ۹۶ برگزار شد.

## رویداد کارآفرینی پرش با محوریت گردشگری و صنایع دستی بنیاد نخبگان فارس

رویداد «پرش» مشابه استارت‌آپ و یک‌کند اما رویدادی بومی با هدف راه اندازی کسب و کارهای نوپا و خصوصی و ترویج کارآفرینی است که در استان فارس برگزار می شود. این رویداد با توجه به علاقه عمومی به حوزه راه اندازی کسب و کارهای نوپا و خصوصی در سال های اخیر و لزوم انتقال آگاهی، دانش و مهارت به دانشجویان و فارغ التحصیلان برای تکمیل چرخه تبدیل علم به ثروت برنامه ریزی شد و در حوزه های گردشگری و صنایع دستی در دانشگاه شیراز برگزار گردید.

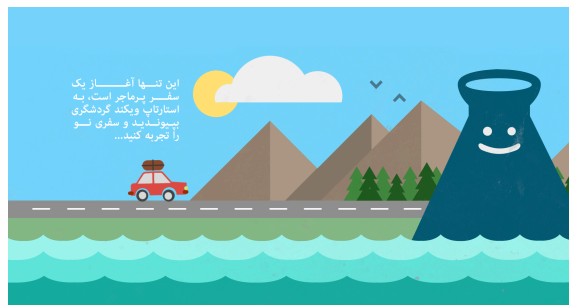
نقاط قوت رویداد پرش نسبت به سایر رویدادها به این شرح است:

۱. آموزش های در نظر گرفته شده پیش از رویداد (در خصوص تعریف صحیح مسئله، نحوه تبدیل خلاقیت به نوآوری به صورت نظام مند، مهارت کار گروهی)
۲. تیم سازی قبل از شروع رویداد بر اساس تست های شخصیت و تعیین افراد هر تیم توسط افراد خبره
۳. تمامی ابزارهای تحلیل کسب و کار استفاده شده در رویداد پرش، ابزار بومی و متناسب با محیط کسب و کار ایران طراحی شده است (بوم پرش، بوم همدلی، بوم ارزش پیشنهادی)
۴. MVP (کمینه محصول پذیرفتنی) در طول رویداد ساخته شد.
۵. ارزیابی بر مبنای تطابق راه حل (یا MVP) با مسئله است
۶. آموزش های پیش شتاب دهی (در مدت دو ماه پس از رویداد)
۷. اتصال رویداد به یک نشست با حضور سرمایه گذاران
۸. هدایت گروه های فناور برگزیده به مراکز شتاب دهی برای تکمیل فرآیند راه اندازی کسب و کار

## جشنواره فیلم کوتاه دانش آموزی مدرسه



جشنواره فیلم کوتاه دانش آموزی مدرسه برای دانش آموزان سراسر کشور و در همه مقاطع تحصیلی با هدف استعداد یابی در زمینه هنر در راستای اجرای رویکرد اصلی آموزش و پرورش مبنی بر ارتقای شایستگی های افراد، افزایش علاقه مندی به هنر به عنوان بهترین ابزار برای ایجاد محتوای مفید و متعهد، ایجاد زمینه برای بروز استعداد های هنری دانش آموزان به ویژه در هنرهای نمایشی در بخش های داستانی، مستند و انیمیشن؛ علمی و آموزشی و تیزر های تبلیغاتی برند های ایرانی برگزار گردید.



## اولین استارت آپ و یکند گردشگری

امروزه توسعه اقتصاد دانش بنیان و فناوری اطلاعات دو مفهوم در هم تنیده محسوب می شوند و رویدادهایی که از اشتراک این مفاهیم شکل گرفته است نقشی پر رنگ در رشد اقتصاد جوامع به عهده دارد از جمله این رویداد ها می توان به استارت آپ و یکند ها اشاره کرد.

استارت آپ و یکند گردشگری یک رویداد آموزشی - تجربی (Experiential Education) بین المللی بود که طی ۳ روز متوالی (در انتهای هفته) برگزار گردید. در این برنامه شرکت کنندگان پر انگیزه ای شامل فعالان حوزه گردشگری، هتل داری و صنایع وابسته، برنامه نویسان، مدیران تجاری، عاشقان استارت آپ، بازاریاب ها و طراحان گرافیک گرد هم آمدند تا طی ۵۴ ساعت ایده هایشان را مطرح کنند، گروه تشکیل بدهند و هر گروه ایده ای را اجرا کند.

در این برنامه، شرکت کنندگان همگی در یک فضای مشترک قرار گرفتند و با کمک مربیان خبره که از میان کارآفرینان موفق انتخاب شده بودند ایده ها را به کسب و کار تبدیل نمایند. در پایان برنامه، تیم ها پروژه های خود را به هیئتی از داوران که از میان جامعه سرمایه گذار و اساتید دانشگاهی و کارآفرینان هستند، ارائه نمودند.





### دوره‌های ایده‌پروری سوغات زائر

با وجود اهمیت خرید سوغات، تأمین سوغات متناسب و مطلوب برای زائر، از توجه ناکافی برخوردار بوده است و توجه به این امر می‌تواند نتایج ارزشمندی را در بر داشته باشد. لذا موضوع دوره‌ها ایده‌پروری با تعریفی از زوایای مختلف این حوزه و با توجه به مطالعات صورت گرفته برگزار می‌گردد.

برگزاری دوره‌های ایده‌پروری در مرکز رشد فناوری‌های فرهنگی زیارت خراسان با محوریت سوغات زائران کودک و نوجوان و بانوان و مطالعات سوغات فرهنگی زائر رضوی در دستور کار این مرکز قرار گرفته است. مطالعات سوغات فرهنگی زائر با بررسی وضعیت موجود و مدل مطلوب سوغات زائران حرم مطهر رضوی، از دستاوردهای این مرکز است.

در پایان هر دوره، ایده‌های برتر در شورای مرکز رشد فناوری‌های فرهنگی و زیارت مورد بررسی و داوری قرار می‌گیرند و گروه‌های برتر جهت حضور در دوره‌های شتاب معرفی می‌شوند و تسهیلات حمایتی نیز به آن‌ها اختصاص داده می‌شود.

در این مطالعات، با تأکید بر ظرفیت بالای اقتصادی بازار سوغات زائر (حدود ۵ هزار میلیارد ریال در سال)، قابلیت‌های فرهنگی و معنوی این حوزه نیز مورد واکاوی قرار گرفته است. چرا که غلبه محصولات خارجی با نتایج فرهنگی غیر همسو با زیارت، علاوه بر فرصت‌سوزی بزرگ در این عرصه، مجال را برای تاخت و تاز محصولات نامتناسب نیز فراهم نموده است و بخشی از فرایند زیارت را دچار خسران نموده است.

## مسابقات ملی نادکاپ دانشگاه صنعتی شریف

### مسابقات ملی - دانشجویی طراحی مهندسی و هنری پارچه و پوشاک دانشکده نساجی دانشگاه صنعتی اصفهان



این مسابقات با هدف تقویت روحیه کارآفرینی و زمینه سازی برای تبدیل ایده های مبتکرانه به محصولات تجاری برگزار گردید. دانشجویان در قالب تیم های مختلف طرح های خود را عرضه کرده و فعالان صنعت و بخش خصوصی در قالب عقد قرارداد اولیه حمایت خود را از این ایده ها اعلام نمودند. هیئت داوران نیز که خود نخبگان دانشگاهی و کارآفرینان صنعتی بودند با معیارهای فناورانه و تجاری و در درجه دوم کیفیت علمی به ارزیابی طرح های ارائه شده پرداخته و در پایان از برگزیدگان تقدیر به عمل آمد.



بیستمین دوره مسابقات ملی آموزشی نوآوری و ابتکارات دانش آموزی شریف که بزرگ ترین فستیوال دانش آموزی کشور در حوزه علوم نوین با رویکرد STEAM و PBL آموزش پروژه محور است، با حضور بیش از دو هزار دانش آموز از حدود ۱۰۰ شهر کشور در بیش از ۴۰ بخش متنوع، در رشته های نانو، رباتیک و میکرو الکترونیک، هوا فضا، زیست فناوری، نجوم، ماشین های سوخت شیمیایی، برنامه نویسی اندروید و غیره در تمامی مقاطع تحصیلی به منظور شناسایی و هدایت استعداد های دانش آموزان، پرورش خلاقیت و نوآوری، ایجاد خود باوری و اعتماد به نفس و تقویت هویت ملی و فرهنگی و با تاکید بر کشف نیازها و توانمندی های علمی و عملی داخلی برگزار گردید.

مجری برگزار کننده این مسابقات، شرکت نوآوران ابزار دانش آموز (نادکو) تحت پوشش پژوهشکده شهید رضایی دانشگاه صنعتی شریف ارائه دهنده راه حل هایی در حوزه زنجیره های مهارت - خلاقیت است که سعی دارد با تامین همزمان کالاها و خدمات متنوع در زمینه سرگرمی های علمی و آموزشی و با استفاده از فن آوری های آموزشی به روز و پیشرفته به شناسایی توانمندی و هدایت استعداد های دانش آموزان برای رسیدن به الگوی جوان و جوان برتر بپردازد.



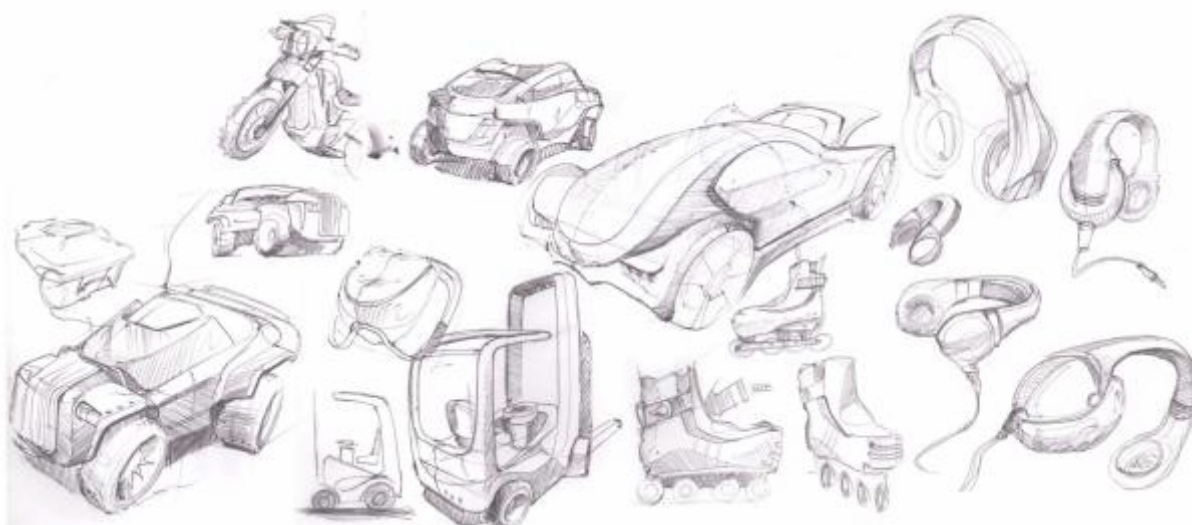
### مسابقه ملی طراحی صنعتی ایرانیان

این مسابقه در حوزه های اثاث، مبلمان و دکوراسیون، ارتباطات و سیستم های تعاملی، ایمنی و امنیت، بسته بندی، بهداشت و سلامت، پوشاک و زیور آلات، روشنایی، طراحی شهری، لوازم اداری، لوازم منزل، ورزش، آموزش و سرگمی و وسیله نقلیه برگزار گردید. در انتها، از هر حوزه سه طرح به عنوان برترین طرح ها انتخاب شدند.

طی این رویداد، نمایشگاهی از آثار برگزیده طراحی و همچنین نمایشگاه تخصصی طراحی با حضور صنایع تولیدی، شرکت های طراحی محصول و نیز شرکت های خدماتی طراحی برپا شد. تا کنون سه دوره از مسابقات ملی طراحی صنعتی برگزار گردیده است.

موسسه طراحی صنعتی ایرانیان، در سال ۱۳۹۴ اقدام به برپایی اولین مسابقات جامع طراحی صنعتی در حوزه های مختلف صنعت نمود. مسابقه طراحی صنعتی با هدف شناساندن محصولات خوب به مشتریان و بالابردن کیفیت محصولات توسط کمپانی ها و با انگیزه تقویت تولید داخلی برگزار گردید تا تولید کننده داخلی بتواند با رعایت اصول رقابت سالم، کیفیت محصولات خود را بالا ببرد و شاهد حضور محصولات در عرصه بین المللی باشد.

هدف از راه اندازی این مسابقات، شناساندن رشته طراحی صنعتی به صنایع و ایجاد ارتباط بین نهاد دانشگاه و صنعت بود. در این مسابقه بیش از ۳۰۰ طراح صنعتی آثار خود را در دوازده گروه تخصصی طراحی ارائه کردند.



## مسابقات مهارت سنجی فن آورد



سومین دوره مسابقه فن آورد در آذرماه سال ۹۵ در دانشگاه شریف برگزار گردید. در مرحله مجازی این مسابقه، بیش از ده هزار نفر شرکت کننده از اقصی نقاط کشور حضور داشتند که برگزیدگان به مرحله حضوری راه یافتند. این رقابت ها در وهله اول به شناسایی نیازمندی های بخش صنعت پرداخته و با تعریف سنجه های مناسب، به شناسایی و ارزیابی افراد توانمند از سراسر کشور در حوزه های شناسایی شده می پردازد.

مسابقات فن آورد مجموعه رقابت های تخصصی مهارت سنجی در رشته های برنامه نویسی کامپیوتر، داده کاوی، گرافیک، برنامه نویسی موبایل، مهندسی برق، معماری و Osint می باشد که تا کنون سه مرحله از این مسابقات برگزار شده است. مجموعه فن آورد از سال ۱۳۹۳ با طراحی اولین دوره مسابقات ملی مهارت سنجی در حوزه فناوری اطلاعات (IT) آغاز به کار کرد که این مسابقه در دانشگاه صنعتی شریف برگزار گردید و بیش از ۴۰۰ نفر از سراسر کشور در این مسابقه شرکت کردند.



در ادامه مجموعه میزان پس از برگزاری تعدادی کارگاه های مهارت افزایی در رشته های تخصصی، دومین دوره این مسابقات ملی را برگزار کرد که در این دوره از مسابقات که در ۱۸ رشته-گرایش تخصصی برگزار شد بیش از ۳۵۰۰ نفر از بهترین متخصصان کشور شرکت کردند.



## مسابقه تصویر سازی بازی ایرانی (گمانه)

در این رقابت یک مشتری واقعی - شرکت سرگرمی های رشد آفرین چوبین (بازی گمانه) - به عنوان صاحبکار (مشتری واقعی) حضور داشته است. در این مسابقات مجموعه ای از مهارت ها شامل خلاقیت و ایده، قدرت تعامل، سرعت عمل، تسلط به نرم افزار و... مورد ارزیابی قرار گرفت. در حین مسابقه دو استاد راهنما (mentor) حضور داشتند و با راهنمایی کردن شرکت کنندگان به هر چه بهتر شدن کارها و رضایت مشتریان کمک کردند.

شرکت سرگرمی های رشد آفرین چوبین با همکاری مجموعه فناوری، مسابقه طراحی کارت های بازی گمانه را در قالب مسابقات مهارت سنجی فناوری رشته گرافیک برگزار نمود. در مسابقه تصویر سازی با به کارگیری یک شیوه متفاوت و منحصر به فرد طراحی که بیشترین مهارت، تناسب و بازدهی را دارا بودند شناسایی و رتبه بندی و به مسابقه دعوت شدند.



### اولین رویداد ایده بازار اسباب بازی دانشگاه صنعتی امیرکبیر و گروه علمی چهارباغ

این رویداد توسط گروه علمی چهارباغ و شرکت دانش بنیان ایده بازار دانشگاه صنعتی امیرکبیر با حمایت ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شورای نظارت بر اسباب بازی، صندوق کارآفرینی امید، دفتر تسهیلات کوچک محیط زیست جهانی برنامه عمران سازمان ملل متحد (GEF/SGP) و برخی از تولید کنندگان برتر اسباب بازی ایران برگزار شد. هدف از برگزاری این رویداد بسط سازی علمی روند طراحی اسباب بازی و ارتباط بین طراحان و تولید کنندگان با هدف رشد و پویایی صنعت اسباب بازی ایرانی بوده است.



در واقع مسابقات تصویر سازی گمانه علاوه بر در نظر گرفتن نیازمندی های شرکت چوبین، شناخت افراد برتر در این حوزه و معرفی این افراد به مجموعه های مرتبط با رویکرد مسئله محوری و مهارت سنجی را نیز مد نظر قرار داد.

## کنفرانس ملی بازی های رایانه ای؛ فرصت ها و چالش ها

## اولین جشنواره و نمایشگاه ملی اسباب بازی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان

این رویداد در پنج بخش اصلی با اهداف تشویق و حمایت از طراحان و تولیدکنندگان ایرانی، تدوین شاخص های اسباب بازی های مناسب، سالم و بستر سازی برای رشد، شکوفایی و گسترش صنعت اسباب بازی در پنج بخش اصلی برگزار شد:

- اولین نمایشگاه تولید اسباب بازی و ابزارهای آموزشی ایرانی
- اولین جایزه اسباب بازی: نمونه های تولید شده در ایران در سال گذشته
- اولین نمایشگاه تخصصی طراحان اسباب بازی
- سمینار تخصصی طراحی اسباب بازی و ابزارهای آموزشی با موضوع «طراحی، تولید، اقتصاد و کارآفرینی در توسعه صنعت اسباب بازی»
- کارگاه های آموزشی تخصصی طراحی اسباب بازی و ابزارهای آموزشی



این کنفرانس با هدف گردهمایی فعالان مختلف حوزه گیم (روانشناسان، جامعه شناسان، متخصصان کسب و کار، بازی سازان، بازی کنان، طراحان و...) در یک جو مشترک، ایجاد فرصتی برای هم اندیشی و ارتقای همکاری میان متخصصان فنی و علوم انسانی کشور و نمایش ظرفیت های صنعت ملی بازی های رایانه ای به مدیران و سیاست گذاران فرهنگی و اجتماعی برگزار گردید.



هدف نهایی برگزار کنندگان این جشنواره، جهت دهی سرمایه گذاری ها و علائق حامیان به سمت تأسیس یک مرکز تخصصی بازی سازی در دانشگاه اصفهان بوده است. این کنفرانس در پنج بخش کنفرانس «بازی های رایانه ای؛ فرصت ها و چالش ها»، کارگاه های آموزشی متنوع، رویداد بازی سازی، نمایشگاه بازی های رایانه ای و لیگ بازی های رایانه ای برگزار گردید.





## جشنواره دانش‌آموختگان و دانش‌جویان فرش دستباف انجمن علمی فرش ایران

این جشنواره با ایجاد فضای مناسب برای دستاوردهای علمی و هنری دانش‌جویان و دانش‌آموختگان فرش دستباف معرفی جلوه‌های زیبای هنر فرش دستباف در قالب نمونه‌های هنری دانش‌جویان و دانش‌آموختگان فرش کشور و ایجاد زمینه برای تبادل اطلاعات علمی و هنری و نیز انتقال یافته‌های جدید به دانش‌جویان و دانش‌آموختگان و زمینه‌سازی برای بررسی و انتقال مسائل و مشکلات دانش‌جویان و دانش‌آموختگان فرش کشور به دستگاه‌های ذی‌ربط در محورهای زیر برگزار شد:

مقاله، پایان‌نامه منتخب فرش، پژوهشگر برگزیده فرش، دانش‌جوی نمونه، بخش مهارتی در حوزه‌های طراحی؛ رنگ و نقطه؛ بافت؛ مرمت؛ رنگ‌رزی.



## جشنواره حامد



سلسله رویدادهای حامد با مشارکت دانشگاه فرهنگیان، ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شبکه هوشمند دانش و شرکت رفاه وابسته به وزارت آموزش و پرورش و همچنین با حمایت دانشگاه‌های شهید بهشتی و صنعتی شریف برگزار شد.

رویدادهای مشابه معمولاً مخاطب محدود و مشخصی داشته و تمرکز آن‌ها هم بیشتر روی بحث فنی بوده تا آن‌که روی محتوای آموزشی باشد. اما سلسله رویدادهای حامد محدودیتی برای شرکت‌کننده ندارد و از نظر جغرافیایی نیز گستره شامل کل کشور می‌شود تا در قالب این رویداد ارتباط خوب و موثری میان بخش خصوصی و تولیدکنندگان مستقل محتوای آموزشی شکل بگیرد.

سلسله رویدادهای حامد (حمایت از مبتکران، معلمان و دانش‌جویان) به عنوان راهکاری برای استفاده حداکثری از پتانسیل تمام فعالان در حوزه آموزش برگزار شد. دانشگاه فرهنگیان بانی اصلی این رویداد بوده و با برگزاری این رویداد به دنبال ایجاد ارتباط مناسبی میان تولیدکنندگان مستقل محتوا با بخش خصوصی از یک سو، و رتبه‌بندی و آموزش مستمر تولیدکنندگان محتوا از سوی دیگر بوده است.

## جشنواره سرگرم آموز

جشنواره دانش‌جویی سرگرم آموز با تمرکز بر موضوع کارآفرینی و معرفی صنعت بازی‌های ویدیویی و فرصت‌های شغلی موجود در آن توسط مرکز رشد دانشگاه علامه طباطبائی و



- معرفی توانمندی ها و ظرفیت های بالقوه صنایع دستی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
- برند سازی ملی و بین المللی نمایشگاه صنایع دستی در روز جهانی صنایع دستی
- فراهم نمودن زمینه آشنایی مخاطبان داخلی و خارجی با انواع محصولات صنایع دستی استان های مختلف
- تبادل اطلاعات فنی و بازرگانی با سایر هنرمندان به منظور ارتقاء کیفی محصولات و ایجاد رقابت سالم
- جلب سرمایه گذاری از طریق مشارکت فعال بخش های اقتصادی در نمایشگاه ها
- ایجاد زمینه مساعد برای نمایش کالاهای صادراتی در جهت رشد و توسعه صادرات این گونه کالاها
- آشنایی با فروشندگان و تامین کنندگان مواد اولیه

### جشنواره بشری

نخستین جشنواره ملی بشری با هدف حمایت از تولید و ایده پردازی در عرصه تولید سوغات فرهنگی برگزار شد و این جشنواره را به عنوان نخستین جشنواره با رویکرد حمایت از تولیدکنندگان، ایده پردازان و طراحان محصولات فرهنگی معرفی کرد. هسته پژوهشی مطالعات بازی های رایانه ای آموزشی دانشگاه علامه طباطبایی برگزار شد. این جشنواره را می توان به عنوان اولین رویداد گسترده آموزشی در رابطه با بازی های ویدیویی به حساب آورد.

همچنین برنامه های جشنواره دانشجویی سرگرم آموز بر این اساس برگزار می شوند تا دانشجویان، اساتید، علاقه مندان و شرکت های مشغول به فعالیت در صنعت بازی های ویدیویی ها را با دیدی متفاوت متوجه فرصت های شغلی در این صنعت کنند و از آثار و فعالیت های آن ها همچون آثار و کارهایی چون بازی های رایانه ای، مدل های بازی سازی، شبیه سازها، اپ های تلفن های هوشمند و دیگر محصولات نیز حمایت کند



هسته پژوهشی مطالعات بازی های رایانه ای آموزشی دانشگاه علامه طباطبایی برگزار شد. این جشنواره را می توان به عنوان اولین رویداد گسترده آموزشی در رابطه با بازی های ویدیویی به حساب آورد. همچنین برنامه های جشنواره دانشجویی سرگرم آموز بر این اساس برگزار می شوند تا دانشجویان، اساتید، علاقه مندان و شرکت های مشغول به فعالیت در صنعت بازی های ویدیویی ها را با دیدی متفاوت متوجه فرصت های شغلی در این صنعت کنند و از آثار و فعالیت های آن ها همچون آثار و کارهایی چون بازی های رایانه ای، مدل های بازی سازی، شبیه سازها، اپ های تلفن های هوشمند و دیگر محصولات نیز حمایت کند.

### حمایت از برگزاری نمایشگاه بین المللی صنایع دستی

هرساله نمایشگاه بین المللی صنایع دستی، با حضور هنرمندان و صنعت گرانی از استان های کشور و کشورهای افغانستان، ترکیه، آذربایجان، الجزایر، کویت، هندوستان و... انجمن های دوستی ایران و کشور های دیگر برگزار می گردد. این مراسم با هدف ارج نهادن به تلاش های ارزشمند صنعت گران هنرمند کشور و همچنین معرفی رشته های مختلف صنایع دستی در جهت افزایش تقاضا و فراهم نمودن زمینه های جذب نیروی انسانی جوان و مستعد، با اهداف زیر برپا می گردد:



## رویداد کارآفرینی و مسابقه طراحی محصول با محوریت صنایع دستی بنیاد نخبگان یزد

دهمین نمایشگاه صنایع دستی استان یزد به منظور معرفی تولیدات صنایع دستی استان و فراهم کردن بستری برای ارائه محصولات متنوع برای همه اقشار با عنوان اولین رویداد کارآفرینی و مسابقه طراحی محصولات حصیری برگزار گردید. بخشی از این رویداد با همکاری بنیاد نخبگان استان یزد با عنوان «جایزه طراحی محصول» برنامه ریزی گردید که در آن به بهترین طراحی‌های انجام شده با محصولات حصیری جوایزی ارزنده اهداء شد.

۱۱۴

همراه با برگزاری اولین رویداد کارآفرینی و مسابقه طراحی محصولات حصیری، دوره‌های آموزشی «آشنایی با کسب و کاره‌های جدید»، «هدف‌گذاری شغلی و استراتژی»، «تکنیک‌های حرفه‌ای فروش» و «برندسازی» نیز در محل بنیاد نخبگان برگزار شد.

این رویداد با هدف استفاده از تمام پتانسیل و تخصص افراد در راستای شناخت مسیر شغلی، تمرین ایده‌پردازی، توانمندسازی شغلی، آموزش تکنیک‌های فروش و برندسازی در محور صنایع دستی برای فعالان این حوزه مورد حمایت ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز قرار گرفت.



## رویداد استارت آپ میت آپ تبریز

استارت آپ میت آپ تبریز، بزرگ‌ترین رویداد استارت آپ شمال غرب کشور است که از بخش‌های سخنرانی، مسابقه و پنل گفتگو تشکیل شده است. استارت آپ میت آپ به صورت مستقل و با حمایت شرکت‌های خصوصی و دولتی برگزار شد. اولین دوره از استارت آپ میت آپ تبریز با حضور ۲۵۰ نفر شرکت‌کننده در تبریز برگزار شد و در نهایت از سی و پنج استارت آپ ثبت شده، سه تیم وای‌بای، آی‌ری سایکل و نویسنده به پیروزی رسیدند.





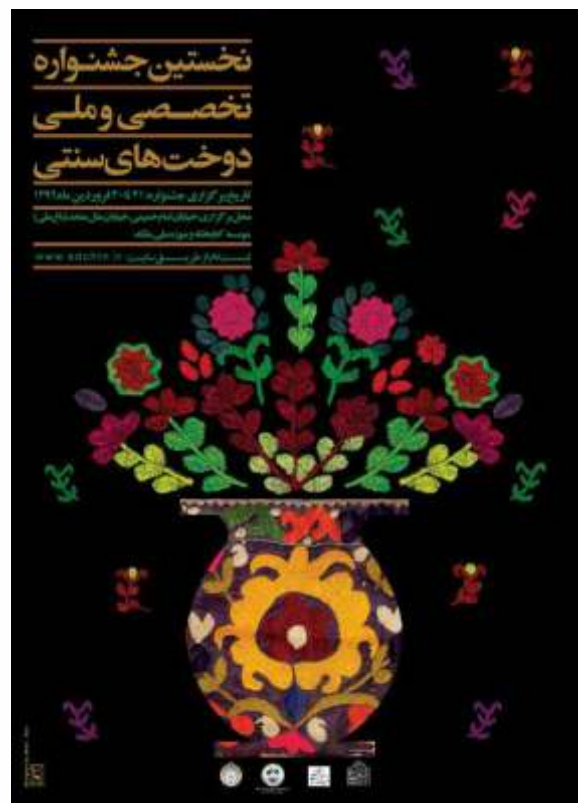
## نمایشگاه دوخت های سنتی و کارگاه های کارآفرینی

نخستین جشنواره دوخت های سنتی در راستای بازشناخت و معرفی هنر اقوام ایرانی، در موزه ملی ملک مورد حمایت ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز قرار گرفت. هدف از برگزاری این جشنواره گسترش، حفظ، احیا، فرهنگ سازی و ارزش گذاری به هنر مهجور دوخت های سنتی و همچنین بهره گیری از ظرفیت دوخت های سنتی در توسعه کسب و کار، اشتغال و کارآفرینی و اجرای سیاست های اقتصاد مقاومتی است. این جشنواره به همراه شش کارگاه آموزشی با حضور استادان و مدرسان برجسته این حوزه برگزار گردید.

### دوره ایده شوی صنایع دستی جهاد دانشگاهی یزد

رویداد ایده گاه صنایع دستی، رویدادی آموزشی و تجربی است که بر موضوع ایده پردازی و خلاقیت در صنایع دستی متمرکز است. این رویداد فرصتی را برای دانشجویان و علاقه مندان به صنایع دستی فراهم آورد تا ضمن آشنایی با اصول ایده پردازی و شناخت صنایع دستی فعال استان یزد، ایده های خود برای توسعه و ارتقاء این صنایع را ارائه و در معرض قضاوت قرار دهند.

این رویداد در بهار سال ۹۶ در دو نیم روز و جمعاً به مدت ۱۲ ساعت برگزار شد و جامعه مخاطب آن دانشجوین علاقه مند به صنایع دستی استان یزد و خصوصاً دانشجویان رشته های هنر و صنایع دستی و همین طور علاقه مندان به صنایع دستی استان یزد بودند. صنایع دستی استان یزد هستند عبارتند از: زیلو بافی، کار بافی، سفال گری و ترمه بافی؛ بر این اساس شرکت کنندگان ایده هایی برای تقویت چهار رشته فوق ارائه نمودند. در پایان رویداد به پنج نفر که از دید هیأت داوران دارای بهترین ایده بودند لوح تقدیر به همراه جایزه نقدی اهدا شد.







## یازدهمین همایش ملی و اولین همایش بین‌المللی خلیج فارس

یازدهمین همایش ملی علمی فرهنگی خلیج فارس به همت مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران، زیر نظر جهاد دانشگاهی و حمایت ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار شد تا بستر و ظرفیتی باشد برای محققان و دانشجویان حوزه مطالعات مربوط به خلیج فارس تا آخرین دستاوردهای علمی در این حوزه را در محورهای تعیین شده مورد بررسی قرار دهند.

موضوعات و محورهای کلی همایش:

- ✓ نام خلیج فارس در اسناد، مکاتبات، قراردادها، نقشه ها و سایر مدارک سازمان ملل متحد و سایر سازمان های بین المللی
- ✓ گردشگری دریایی منطقه خلیج فارس و نتایج فرهنگی و سیاسی حاصل از آن
- ✓ مطالعه تطبیقی توسعه صنعت گردشگری در شمال و جنوب حوزه خلیج فارس
- ✓ بازاریابی و تبلیغات در جهت توسعه گردشگری ملی و بین المللی در حوزه خلیج فارس
- ✓ بررسی و معرفی اسناد سیاسی و حقوقی با موضوع نام خلیج فارس در معاهدات و مکاتبات بین المللی
- ✓ بررسی عوامل درونی و بیرونی هم گرایی و واگرایی ساز در کشورهای حوزه خلیج فارس

- ✓ بررسی سیر تحولات سیاسی و اجتماعی و مداخلات کشورهای بیگانه در خلیج فارس؛ علل، ریشه ها
- ✓ بررسی حکومت های باستانی و تاریخی در منطقه خلیج فارس
- ✓ بررسی و معرفی اسناد، مدارک و نقشه های تاریخی جزایر و بنادر خلیج فارس (با تاکید بر منابع غیر فارسی)

۱۱۶

- ✓ بررسی و معرفی نتایج حفريات باستان شناسی حوزه خلیج فارس
- ✓ نقد و بررسی دیدگاه های مستشرقان و پژوهشگران جهانی درباره نام تاریخی خلیج فارس

- ✓ بررسی جغرافیای تاریخی خلیج فارس در آثار جغرافی دانان و کارتو گرافان (با تکیه بر جغرافی دانان و کارتو گرافان جهانی)
- ✓ بررسی راهکارهای همکاری های بین المللی کشورهای حاشیه خلیج فارس برای کاهش خطرات زیست محیطی موجود در خلیج فارس
- ✓ بررسی توسعه ساخت و سازهای بی رویه حاشیه خلیج فارس و تأثیر آن بر تغییر نظام اکولوژیک منطقه
- ✓ تأثیر جهانی شدن بر تحولات فرهنگی و اجتماعی مردم کشورهای منطقه خلیج فارس





## ۵. ایجاد نمونه‌ها، موفق

- راه اندازی وب سایت گردشگری
- تولید اپلیکیشن واقعیت افزوده در گردشگری
- راه اندازی سایت تراول اینتر
- پازل های سه بعدی بناهای تاریخی ایرانی-اسلامی
- تولید سرگرمی مهارت افزای فناوری
- تولید مستند علمی تخت سلیمان
- طرح بهبود مکانیسم دار زیلو
- توسعه اجتماعی و اقتصادی در استان سیستان و بلوچستان با محوریت ارتقای توانمندی های صنایع دستی بومی
- ایجاد پایگاه تخصصی معرفی و فروش صنایع دستی ایران
- راه اندازی فروشگاه اینترنتی فروش و ارائه خدمات حوزه صنایع دستی
- حمایت از واحد تولید صنعتی منو بساز
- حمایت از راه اندازی سامانه پرابلم دات آی آر
- راه اندازی پلت فرم بازی ویدئویی آموزش هیجانانگیز پایه و بازشناسی آن
- پروژه بهبود کیفیت تولید ماشین و تجهیزات اداری و سینمایی
- راه اندازی سامانه جامع مد و لباس کشور (پوشانیک)
- آموزش زبان فارسی به کودکان نسل دوم و سوم و چهارم ایرانیان خارج از کشور

## واقعیت افزوده در گردشگری

اپلیکیشن واقعیت افزوده «نگاه» این امکان را به گردشگران می دهد تا داستان های فراموش شده موزه ها را ببینند و لمس کنند. این داستان ها، روایتی از رویدادها و انسان های مهم، ساختمان های تاریخی، اشیای قدیمی و آداب و رسوم در قالبی جذاب خواهد بود. استراتژی اصلی رقابتی طرح براساس بدیع بودن آن در بازار گردشگری ایران به عنوان اولین اپلیکیشن واقعیت افزوده در زمینه گردشگری است. همچنین جذابیت بالای گرافیکی چندرسانه ای، پژوهش های هنری تاریخی و توجه به پردازش مطلوب در بعد نرم افزاری و سخت افزاری این اپلیکیشن است که به آن قدرت رقابت با رقیبان سرسخت را می دهد.

در نخستین پروژه، این هدف در سطح باغ موزه چهلستون دنبال می شود. این مجموعه به عنوان مهم ترین مقصد توریستی شهر اصفهان زمینه داستانی بی نظیری از رویدادهای تاریخی، آثار هنری، ویژگی های بی بدیل معماری و باغ سازی را داراست که بهترین امکان را جهت اجرای پروژه فراهم می سازد.

هدف از اجرای این طرح خوانش مجدد داستان ها و روایت های رخ داده در دوره های مختلف تاریخی است. شرکت نگاره گردان شهر فیروزه ای، مجری این طرح از هسته های مستقر در مرکز رشد تخصصی هنر اصفهان است و فعالیت های خود را از درون این مرکز دنبال می کند. هم اکنون این اپلیکیشن در کاخ موزه ی چهل ستون اصفهان در حال بهره برداری است.



## راه اندازی وب سایت گردشگری

این سایت به صورت هوشمند برنامه هایی برای بازدید بهترین جاهای دیدنی، جاذبه های گردشگری، رستوران، مراکز خرید، هتل، اقامتگاه های بوم گردی و خانه های سنتی را پیشنهاد می دهد، برنامه های رایگان، غیر رایگان، و سفارشی از خدمات این وب سایت می باشد.

**برنامه های رایگان:** با انتخاب برنامه های «تاریپ با ما» در یک نگاه می توان برنامه پیشنهادی سفر به مقصد دلخواه را درخواست کرد.

**برنامه های غیر رایگان:** اطلاعات بیشتری از مقصد، برنامه ریزی هزینه های سفر حتی هزینه کرایه تاکسی داخل مقصد و همچنین مسیردسترسی به مکان های مختلف و بهترین نحوه رفتن به مکان مورد نظر را ارائه می دهد.

**برنامه های سفر سفارشی:** با این برنامه سفری هیجان انگیز و ماجراجویانه با رفتن به اعماق غارها یا قایق سواری در رودخانه های خروشان را می توان تجربه کرد.



## تراول اینتر

تراول اینتر یک وب سایت فعال در زمینه فروش بلیط اینترنتی می باشد که تقریباً تمامی سرویس ها اعم از پرواز سیستمی، پرواز چارتری، اتوبوس، قطار، رزرو هتل و کرایه خودرو، بیمه مسافرتی، ماساژ و اسپا، بلیط تئاتر و کنسرت، تور و... را تحت پوشش خود دارد اساس فعالیت تراول اینتر بر این هدف استوار است که برای مسافران محترم خریدی با ضریب امنیت بالا و سریع داشته باشد.

لازم به ذکر است که آژانس آداک سفر دومین آژانس در ایران بوده که وب سرویس ایران ایر را عملیاتی نموده است. راه اندازی فروش اینترنتی بلیط قطار و پیگیری، مشاوره و به جریان انداختن پروژه مجوز بند الف اینترنتی، از فعالیت های مهم این شرکت در حوزه گردشگری الکترونیک می باشد.

## پازل های سه بعدی بناهای تاریخی ایرانی-اسلامی

پازل های سه بعدی، سرگرمی های آموزنده و هدف داری است که در سال های اخیر در دنیا مورد توجه قرار گرفته است. این پازل ها می توانند نمادهای تمدنی و فرهنگی ملت ها را به ناخودآگاه ذهن مخاطب (که سنین مختلف کودکی تا میانسالی را شامل می شود) منتقل نمایند. همچنین این محصولات به دلیل به کارگیری تمرکز، ابتکار و هوش هیجانی، به خوبی در رشد خلاقیت و هوش کودکان و نوجوانان موثرند.

شرکت مدیریت ارتباطات عارف به عنوان اولین طراح و تولید کننده پازل های سه بعدی بناهای تاریخی ایرانی-اسلامی از سال ۱۳۸۵ اقدام به تعریف پروژه بزرگ «طراحی و تولید پازل های سه بعدی از بناهای تاریخی ایرانی-اسلامی» نمود که این طرح مورد توجه کارشناسان و مسئولان فرهنگی و مخاطبین کودک و نوجوان واقع گردید.







## تولید مستند علمی تخت سلیمان

مجموعه آثار باستانی تخت سلیمان در ۴۲ کیلومتری شمال شرقی شهرستان تکاب در استان آذربایجان غربی قرار دارد. آثار باستانی این مجموعه و دریاچه جوشان آن، روی صفحه ای سنگی و طبیعی قرار گرفته که از رسوبات آب دریاچه به وجود آمده است. قدمت این منطقه از لحاظ سکونت گاه انسانی به ۳ هزار سال پیش باز می گردد و یکی از مهمترین آثار تاریخی کشور است که به عنوان چهارمین اثر ایران در میراث جهانی یونسکو به ثبت رسیده است.



در گذشته ساخت فیلم مستند و تلاش برای تصویر برداری از آب دریاچه عملاً امکان پذیر نبوده و در این زمینه صرفاً فیلمی توسط کارگردان ایرانی، پیروز کلانتری به صورت مستند گزارشی ساخته شده است. با توجه به لجن، رسوبات و گل و لای موجود در دریاچه امکان تصویر برداری بدون تجهیزات مدرن فیلم برداری و نور پردازی و موارد مشابه عملاً غیر ممکن بوده است.

## تولید سرگرمی مهارت افزای فناوری

محصولات شرکت دانش بنیان پیشرفته سرگرمی های مهارت افزا به رشد خلاقیت و آشنایی کودکان و نوجوانان به علوم مهندسی کمک می کند. از مهم ترین خواص این سرگرمی ها، سرهم کردن محصول توسط کودکان و نوجوانان است، به طوری که فرد با استفاده از شناخت فنی خود طبق دستور العمل این سرگرمی ها را درست می کند و با بازی کردن با این محصولات می تواند با مفاهیم علمی و عملکرد آن ها آشنا شود و در نتیجه میزان مهارت فرد افزایش خواهد یافت.

سرگرمی های طراحی شده برای سنین مختلفی تولید شده اند میزان پیچیدگی ساخت و درجه علمی و مهارتی آن ها متفاوت است. برای هر محصول، محصول آتی هم وجود خواهد داشت از این رو با دنبال کردن محصولات می توان به پیشرفت در یک شاخه علمی رسید و کودکان و نوجوانان از ابتدا می توانند شاخه تخصصی و مهارتی مورد علاقه خود را انتخاب کنند.





## طرح بهبود مکانیسم دار زیلو

جهاد دانشگاهی یزد جهت افزایش بهره‌وری فرایند بافت و کاهش آسیب‌های جسمی اقدام به طراحی و ساخت یک دار زیلو نموده که علاوه بر ساختار ارگونومی به دستیابی اهداف زیر نیز کمک می‌نماید:



- امکان اشتغال در این حرفه برای افراد بیشتر (به خصوص زنان)
- احیاء و تجاری‌سازی هنر زیلو بافی
- طراحی ابزار و وسایل مناسب برای بهبود مکانیسم بافت زیلو
- طراحی دار مناسب برای ایجاد اشتغال خانگی
- طراحی دار مناسب برای کاهش بهای تمام شده زیلو
- افزایش ایمنی و بهره‌وری در زیلو بافی
- کمک به توسعه مشاغل خانگی خصوصا برای زنان
- احیاء و گسترش صنایع دستی ارزشمند منطقه



به منظور ساخت مستند در مورد تخت سلیمان و دریاچه مقابل آن، طرح اولیه با اهداف زیر تعریف گردید:

- ساخت مستند برای بیان جنبه‌ها و واقعیت‌های علمی دریاچه تخت سلیمان
- تشریح جغرافیایی منطقه، معادن و سایر مواردی که روی آب دریاچه تاثیر گذار بوده است
- کشف واقعیت‌های تاریخی
- بررسی ترکیبات آب دریاچه و تاثیرات زیست محیطی
- بررسی ساختار بناها
- بررسی تاریخچه بناهای اطراف دریاچه
- بیان جاذبه‌های گردشگری برای جذب توریست
- ایجاد زیرساخت تکنولوژیک جدید در ساخت فیلم‌های مستند
- باستان‌شناسی زیر آب و کشف رازهای عمیق دریاچه



در این پروژه تکنولوژی‌های لیزر، ربات فیلم بردار، زیردریایی فیلم بردار، فیلم برداری 4K و هلی شات مورد استفاده قرار می‌گیرد. این پروژه با همکاری گروه‌های فیلم بردار و مستند ساز، گروه فنی فیلم بردار مجهز به ادوات رباتیک، گروه بررسی فنی، گروه متخصصین باستان‌شناسی و گروه غواصی در حال طی مراحل پایانی است.

## توسعه اجتماعی و اقتصادی در استان سیستان و بلوچستان با محوریت ارتقای توانمندی های صنایع

### دستی بومی



### • نظارت بر تولید و اصلاح شیوه های رایج

- ✓ تأمین و اصلاح مواد اولیه
- ✓ تأمین تجهیزات
- ✓ راه اندازی سیستم جامع ساماندهی تولید، انبار داری و

بسته بندی

### • طراحی و ایده پردازی مناسب

- ✓ ایجاد و توسعه بازار و بازاریابی و تبلیغات
- ✓ انجام پژوهش های لازم در این حوزه
- ✓ اجرای برنامه های حمایتی ویژه

## راه اندازی پایگاه تخصصی معرفی و فروش صنایع

### دستی ایران

گروه هنری و تخصصی آرانیک با شناخت توانمندی ها و نقاط ضعف صنعت مهم صنایع دستی سعی داشته تا با تکیه بر دانش تخصصی پدیدآورندگان و بهره گیری از فنون تجارت الکترونیک، به معرفی جامع و توسعه مطلوب این صنعت همگام با نیاز روز و در بستر فضای مجازی بپردازد. برقراری یک زنجیره تامین کامل، پویا و پررونق در حیطه تولیدات صنایع دستی از اهداف نخست و والای این مجموعه بوده است.

هدفی که تحقق آن در گرو شناسایی جامع تولیدکنندگان بومی، کارشناسی و معرفی اصولی دست ساخته های اصیل، آگاهی از نیاز و سلايق امروز جامعه و در نهایت عرضه مطلوب در بستر فن آوری های نوین است. آرانیک در این مسیر همراه با معرفی و عرضه صنایع دستی مهاجر و رو به فراموشی روستایی و عشایری، اقدام به عرضه جامع دست ساخته های هنرمندان شهری نیز داشته است تا بدین گونه بنیان گذار اولین و جامع ترین پایگاه تخصصی معرفی و فروش صنایع دستی اصیل ایرانی باشد.

این طرح با هدف ارتقای جایگاه اجتماعی و اقتصادی استان سیستان و بلوچستان با شناسایی تقویت توانمندی های صنایع دست بی بدیل بومی آن مناطق و در راستای تحقق سیاست افزایش درآمد های غیر نفتی و تولید ناخالص ملی این منطقه در محورهای ذیل برنامه ریزی شده است:

### • آموزش

- ✓ برگزاری دوره های آموزشی رایگان برای جوانان و نوجوانان منطقه زیر نظر تولیدکنندگان بومی
- ✓ برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت به منظور ارتقاء و بهبود کیفی تولید برای تولیدکنندگان بومی با استفاده از پژوهش گران و هنرمندان صاحب فن
- ✓ آموزش و ترغیب تولیدکنندگان برای به کارگیری تجهیزات جدید و آموزش شیوه های بسته بندی و عرضه متناسب با تولیدات بومی
- ✓ برگزاری دوره های روانشناختی در کنار دوره های آموزش صنایع دستی با هدف تقویت روحیه تولیدکنندگان و بهبود سلامت روانی

فعالیت‌های میراث آرکا به صورت تخصصی در کمیته‌های «فناوری‌های نوین در میراث فرهنگی و باستان‌شناسی»، «توسعه فناوری‌های نو در موزه‌ها» و «توسعه و ترویج صنایع دستی» صورت می‌گیرد.



#### اهداف:

- معرفی اصولی تمامی گونه‌های صنایع دستی اصیل ایرانی در سطح داخلی و خارجی
- شناسایی گونه‌های مه‌جور و رو به فراموشی خصوصاً گونه‌های اصیل روستایی و تلاش در جهت حفظ و احیای آنان
- عرضه و فروش صنایع دستی ایرانی با بهره‌گیری از تکنولوژی روز و در بستر تجارت الکترونیک
- بهبود بخشی به شیوه‌های رایج تولید صنایع دستی و ایجاد همخوانی و تناسب با سلیقه و نیاز روز
- رواج فرهنگ استفاده از صنایع دستی اصیل ایرانی به صورت کاربردی و تزئینی در خانه‌های ایرانی به جای کالاهای نامرغوب عمدتاً چینی
- تلاش در حفظ محیط زیست و زمین پاک، با ترویج فرهنگ استفاده از محصولات دوست‌دار محیط زیست

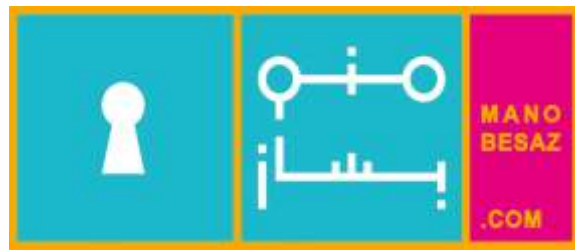
#### فروشگاه اینترنتی فروش و ارائه خدمات حوزه صنایع دستی

شرکت میراث آرکا، شرکت متخصص در زمینه فناوری‌های نو و رسانه‌های دیجیتال در میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، فعالیت رسمی خود را از سال ۱۳۹۲ آغاز نموده است.

یکی از فعالیت‌های شرکت میراث آرکا که توسط کمیته «توسعه و ترویج صنایع دستی» دنبال می‌شود، راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی ایرف [www.eraf.ir](http://www.eraf.ir) با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در حال انجام است.

ایرف یک نمایشگاه دائمی هنری آنلاین است که هنرمندان در آن به طور مستقیم و بی‌واسطه آثار خود را به هنردوستان ارائه می‌دهند و هنردوستان با شناخت هنرمندان و آگاهی از رزومه آن‌ها و مقایسه آثار دیگر هنرمندان، خریدی آگاهانه و با قیمتی مناسب و واقعی از هنرمند انجام می‌دهند. علاوه بر آن ایرف، مرکزی برای اطلاع‌رسانی و تبلیغات در این حوزه و نیز خرید و فروش ابزار و مواد اولیه و هر آنچه مورد نیاز هنرمند است می‌باشد. در این میان تیم ایرف با ارائه خدماتی چون عکاسی تبلیغاتی و صنعتی، تهیه مستند و کلیپ‌های تبلیغاتی، بسته‌بندی و برندسازی، نمایش سه‌بعدی آثار، تور مجازی از کارگاه‌ها و گالری‌ها در شناسایی و ترویج آثار هنرمندان، آن‌ها را همراهی می‌کند.





## حمایت از واحد تولید صنعتی منو بساز

## حمایت از راه اندازی سامانه پرابلم دات آی آر

در سامانه پرابلم ابتدا مشکلات کارفرما با همفکری با خبرگان موضوع، تبدیل به مسئله ای یا مسئله هایی شفاف و قابل اندازه گیری و ارزیابی می شوند، سپس برای رسیدن به جواب کاربردی، فرایندهای یک مسابقه طراحی می شود تا مسیر حرکت مسابقه دهندگان به سمت جواب به صورتی مطلوب طراحی شود.

همچنین جوایز و مشوق ها و انگیزه دهنده های مناسب طراحی می شود و رویه استفاده از راه حل های ارائه شده به صورت تجاری و از جنبه های حقوقی و... نیز طراحی می گردد.

ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز در راستای تسهیل ارتباط میان کاربران و کارفرمایان و مشاوران فنی - تجاری در جهت رفع مشکلات و بهبود شرایط کسب و کار از راه اندازی این سامانه حمایت نموده است.

منو بساز با درک عمیق از دو مفهوم « بازی » و « ابتکار » وارد عرصه طراحی و تولید « اسباب بازی » شده است. بازی های کودکانه در عین سادگی از ابتکاراتی رمز گونه بهره می برد و اسباب بازی بهترین وسیله برای رمز گشایی است. نقش اصلی اسباب بازی در رشد ذهنی و جسمی کودک نمایان می گردد اما باید بتواند سرگرم کننده و لذت بخش نیز باشد. کودک این لذت را در رویا های دلنشین خود کشف و خلق می نماید. کودک با ساختن این رویا ها دنیای خود را می سازد، منو بساز از کودک می خواهد خودش اسباب بازی مورد علاقه اش را بسازد.

هویت سازی فرهنگی اسباب بازی با تاکید بر مسائل روان شناسی، محیط زیست و جامعه شناسی در جهت رشد و سلامت روان و جسم کودکان از جمله اهداف این طرح است.



## راه اندازی پلت فرم بازی های ویدئویی آموزش هیجانانگیز و بازشناسی آن ها

مطالعات مختلف بر روی تصاویر هیجانی نشان داده اند که کودکان از سال های ابتدایی زندگی، هیجان های پایه را تشخیص می دهند و توانایی شناسایی تظاهرات چهره ای با افزایش سن بهبود می یابد. همچنین آموزش نقش پر اهمیتی در این زمینه دارد. این طرح قصد دارد که با طراحی و ساخت یک برنامه هوشمند، توانایی شناسایی، تشخیص، کدگذاری و تفسیر هیجانانگیز نمایش داده شده به وسیله تظاهرات چهره ای در کودکان سالم و کودکان دارای اختلالات مختلف دوران کودکی مثل بیش فعالی یا نافرمانی مقابله ای را تسریع ببخشد. به طور کلی نتیجه این طرح نیازمندی های زیر را برآورده می کند:



۱. کمک به کودکان برای کنش موفقیت آمیز با محیط پیرامونی، از طریق آموزش قابلیت های هیجانی متناسب با سن.
۲. آموزش مهارت های اولیه و اساسی شناخت هیجانی برای تعامل اجتماعی مناسب با افراد.
۳. باز توانی نقایص شناخت هیجانی در کودکان دارای مشکلات در این زمینه.
۴. تسریع در کسب قابلیت بازشناسی و شناخت هیجان برای پیشگیری از ابتلای کودکان به مشکلات هیجانی و رفتاری.

۵. با توجه به نقش هیجان به عنوان یک عنصر ضروری در زندگی و اهمیت کسب قابلیت های مرتبط با بازشناسی آن که در نهایت به رشد اجتماعی، روانشناختی و تحصیلی منجر می شود، استفاده از راهبردهای آموزش هیجان در دوران کودکی از طریق ابزار تهیه شده در طرح حاضر، می تواند فراتر از باز توانی به بهزیستی هیجانی و روان شناختی منجر شود.

۱۲۶



این پروژه در غالب چند بازی ویدئویی و با قابلیت های زیر برنامه ریزی شده است:

۱. بازی شناخت حالات چهره از روی تصویر، در این بازی یک تصویر به فرد نشان داده می شود و فرد باید حالت چهره را از بین چند گزینه انتخاب کند.
۲. بازی انتخاب تصویر با توجه به حالت مورد نظر، در این بازی یک حالت به فرد گفته می شود و فرد باید عکس متناسب با این حالت را از بین چند گزینه تصویری انتخاب نماید.
۳. بازی پیش بینی حالت چهره قابل تصور بر اساس اتفاق داستانی، داستانی برای فرد روایت می شود، فرد متناسب با داستان باید حالت احساسی فرد را از بین چند گزینه انتخاب نماید.



## پروژه بهبود کیفیت تولید ماشین و تجهیزات اداری و

### سینمایی



ورود صنعت نوین IT به دنیای جدید دیجیتال و تجهیزات رسانه، گسترش شبکه های تلویزیونی در کشور و حجم نیاز سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (IRIB) به دستگاه ها و تجهیزات استودیویی، تجهیزات و دستگاه های مورد نیاز در

استودیو های TV و صدا را دستخوش تحول نموده بود.

تنوع تولیدات حرفه ای، کیفیت مطلوب، ارائه خدمات به موقع و همچنین بهره برداری از تجهیزات حرفه ای ساخت، صادرات برخی از این تجهیزات حرفه ای شرکت بعثت، مجری طرح را یک واحد تولیدی مهم در عرصه تولید تجهیزات حرفه ای رسانه ای معرفی نموده و همین امر سبب گردید تا در ردیف شرکت های تولیدی دانش بنیان قرار گیرد.

با توجه به رقابت بالای شرکت های فعال در این حوزه و تلاش این شرکت صنعتی برای حضور در بازار های جهانی، تسهیلات ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز به فاز تجاری سازی و شرکت در نمایشگاه های جهانی جهت فروش و صادرات محصولات این شرکت تعلق گرفته است.

۴. بازی پیش بینی و انتخاب تصویر چهره بر اساس اتفاق داستانی، داستانی برای فرد روایت می شود، فرد متناسب با داستان باید حالت چهره تصویر را از بین چند گزینه انتخاب نماید.

۵. بازی نگهداری و بازخورد (نگهداری از کودک)، در این سبک استاندارد از بازی ها، تلاش بر این است که با توجه به شرایطی که برای کاراکتر داخل بازی تصویر می شود، بازی باز عکس عملی را انتخاب نماید و با تمرین و تکرار رضایت بیشتری را در کاراکتر داخل بازی ایجاد کند...

در بازی های مورد ۱ تا ۴، شرایطی ایجاد می گردد که فرد در آرامش و بدون هر گونه گزینه هیجانی به انجام بازی می پردازد، در عین حال مود دیگری برای بازی ایجاد می گردد که مود زمانی است. در این حالت فرد در یک چالش زمانی به تمرین و بهبود عملکرد خود می پردازد و می تواند در یک رقابت زمانی با رکورد خودش یا رکورد سایرین قرار گیرد.



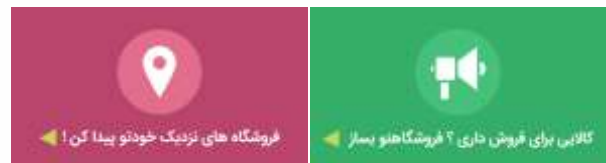


## راه اندازی سامانه جامع مد و لباس کشور (پوشانیک)

سامانه پوشانیک با ایجاد حلقه بین عناصر فعال در صنعت مد و لباس و ایجاد شبکه ای از این فعالان و مصرف کنندگان جهت توسعه کسب و کار الکترونیک با تمرکز بخشی به فعالیت های پراکنده فعالان حوزه مد در شبکه های اجتماعی به افزایش ارتباط بین عناصر این حوزه کمک می کند.

# Pooshanik

## رسانه جامع کسب و کار مد ایران



## آموزش زبان فارسی به کودکان نسل دوم و سوم و چهارم ایرانیان خارج از کشور

زبان از مهمترین شاخصه های فرهنگ هر کشور است و تاثیر زبان مشترک در حفظ و تقویت فرهنگ یک جامعه و استقلال فرهنگی یک کشور انکار ناپذیر است.

این پروژه با بهره گیری از روش های علمی و تخصصی آموزش مجازی، به طراحی و تولید محتوای مناسب و جذاب برای آموزش زبان فارسی به کودکان نسل دوم، سوم و چهارم ایرانیان خارج از کشور در بازه سنی ۵ تا ۱۲ سال می پردازد تا از این طریقی نخستین گام برای حفظ و تقویت ارتباط این نسل و نسل های بعدی ایرانیان خارج از کشور با فرهنگ و پیشینه کشورشان برداشته شود.



به رغم دغدغه فراوانی که در خانواده های ایرانی خارج از کشور وجود دارد، به دلیل عدم وجود یک سیستم و محتوای آموزشی مناسب و فراگیر، بسیاری از کودکان ایرانی خارج از کشور پس از ورود به محیط آموزشی دچار ضعف در قابلیت های گفتاری و شنیداری در زبان فارسی می شوند و زبان مادری آن ها مغلوب زبان رسمی کشور محل زندگی می گردد. عموماً این دسته از کودکان در خواندن و نوشتن دارای مشکلات اساسی می شوند.

این معضل موجب هدر رفتن سرمایه نیروی انسانی و عدم به کارگیری قابلیت های علمی، تخصصی و مالی شمار زیادی از هموطنان می گردد که انگیزه خدمت رسانی به کشور خود را دارند. با توجه به آنچه بدان اشاره شد پیاده سازی پروژه حاضر گام مهمی در راستای ترویج و آموزش مناسب زبان فارسی به کودکان ساکن در خارج از کشور خواهد بود.



## ۶. همکاری‌ها بین المللی

■ برگزاری اولین نشست سالیانه ایران و کره جنوبی در حوزه صنایع خلاق و فناوری های

فرهنگی در ایران

■ برگزاری دومین نشست سالیانه ایران و کره جنوبی در حوزه صنایع خلاق و فناوری های

فرهنگی در کره جنوبی



برگزاری اولین نشست سالیانه ایران و کره جنوبی

در حوزه صنایع خلاق و فناوری فرهنگی

۲۲ آذر ۱۳۹۵ / ۱۲ سپتامبر ۲۰۱۶:

پیرو انعقاد تفاهم نامه همکاری در حوزه فناوری های فرهنگی و صنایع خلاق میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ایران و وزارت فرهنگ، ورزش و گردشگری کره جنوبی، پس از دیدار معاون وزیر فرهنگ، ورزش و گردشگری کره جنوبی در دیداری با دبیر ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی، «همایش مشترک ایران و کره جنوبی در زمینه فناوری های فرهنگی و صنایع خلاق» در مرکز همایش های بین المللی رایزن تهران با میزبانی ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز فراهم برگزار گردید.

در طی برگزاری این نشست که با سخنرانی معاون محترم علمی و فناوری رئیس جمهور آغاز گردید، در خصوص اهمیت و جایگاه ۳ حوزه مهم صنایع خلاق شامل انیمیشن، ویدئو گیم و محتوای دیجیتال سخنرانی تخصصی انجام شد. بین طرفهای ایرانی و کره ای حاضر در نشست سلسله جلسات تخصصی در هر حوزه و گفتگوهای رودرروی تجاری (B2B) صورت گرفت. شایان ذکر است در این نشست ۵۴ شرکت برتر ایرانی و ۱۹ شرکت برتر کره ای حضور داشتند.

از مهم ترین دستاوردهای مذاکرات رو در روی فعالان دو کشور در حوزه صنایع فرهنگی دو کشور می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- جذب سرمایه گذاری طرف کره ای برای تولید انیمیشن و تولید محصولات جانبی انیمیشن های ایرانی؛
- انجام یک پروژه مشترک انیمیشن سینمایی با موضوع اشتراکات فرهنگی دو کشور؛
- همکاری مشترک در حوزه آموزش دانشگاهی، دوره های آموزشی و دوره های تابستانی بازی سازی؛
- همکاری برای ایجاد استودیوی مشترک بازی سازی در ایران؛
- همکاری برای توسعه مدل ارائه محتوای آموزشی بر روی تبلت های کودک و نوجوان و انتقال دانش فنی توسعه Launcher بومی برای تبلت های آموزشی
- برگزاری دوره مجازی آموزش زبان فارسی در دانشگاه های کره

۱۳۰



در جمع بندی این نشست یک روزه، مقامات دولتی دو طرف ضمن تأکید بر حمایت از برقراری ارتباط سازنده و پیگیری توافقات انجام شده بین فعالان صنایع فرهنگی، تسهیل حضور شرکت ها در نمایشگاه های تخصصی در ایران و کره جنوبی را خواستار شدند.



## برگزاری دومین نشست سالیانه ایران و کره جنوبی در حوزه صنایع خلاق و فناوری فرهنگی

در این نشست با برگزاری حدود ۷۰ جلسه مذاکره تجاری رو در روی شرکت های ایرانی و کره ای (B2B) ، سرفصل های کاری و تجاری متنوعی مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت که از آن جمله می توان به «همکاری مشترک برای تولید مشترک محصولات انیمیشنی»، «جذب سرمایه کره ای برای تولید بازی های ویدئویی موبایلی در ایران» و «همکاری در نشر و توزیع محصولات انیمیشنی و بازی های ویدئویی ایرانی» اشاره کرد.



۸ شهریور ۱۳۹۶ / ۳۰ آگوست ۲۰۱۷

در حاشیه برگزاری این نشست، نمایشگاه های صوت و تصویر فراگیر (BCWW2017) و آموزش الکترونیک (e-Leraning2017) نیز برگزار شد که فرصت مناسبی را برای مذاکره و تبادل نظر بین شرکت های ایرانی و شرکت کنندگان نمایشگاه ها ایجاد کرد.

دومین نشست سالیانه ایران و کره جنوبی در حوزه صنایع خلاق و فناوری فرهنگی به همت ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی و با همکاری وزارت فرهنگ، ورزش و گردشگری کره جنوبی، روز ۸ شهریورماه سال جاری در سئول برگزار گردید.



این نشست که در سه زمینه تخصصی «پویا نمایی»، «بازی های ویدئویی» و «محتوای آموزش الکترونیکی» با حضور ۳۸ شرکت و موسسه از ایران و کره جنوبی برگزار شد، دومین گام اجرایی در راستای افزایش تبادلات و همکاری ها در حوزه فناوری های فرهنگی و صنایع خلاق بین دو کشور است.

در جمع بندی این نشست، بیانیه مشترکی مابین نمایندگان دولت های جمهوری اسلامی ایران و کره جنوبی امضا گردید. در این بیانیه بر لزوم استفاده از ظرفیت ها و نماد های فرهنگی مشترک دو کشور و پیاده سازی پلت فرم مشترکی جهت پیگیری موضوعات همکاری مشترک طرفین، تاکید شده است. همچنین برگزاری سومین نشست مشترک در ماه سپتامبر سال آینده میلادی در کشور ایران، مورد توافق قرار گرفته است.

در فرآیند برگزاری این نشست، به صورت رسمی از امضا چهار سند همکاری شامل قراردادهای تجاری و توافق نامه های همکاری رونمایی گردید که عبارتند از:

- تولید مشترک فیلم سینمایی انیمیشن با عنوان کوش نامه
- بومی سازی پلت فرم نرم افزاری مدیریت پروژه های تولید انیمیشن در کشور
- توافق نامه های همکاری مبنی بر اکران و توزیع دو اثر انیمیشنی در کره جنوبی

همچنین علاوه بر سند های رسمی همکاری مشترک، سند های همکاری دیگری نیز به امضای مشترک شرکت های ایرانی و کره ای رسیده که شامل موارد زیر می گردد:

- توافق نامه همکاری مشترک برای جذب سرمایه و تولید بازی های ویدئویی موبایلی و آنلاین چند کاربره
- توافق نامه همکاری مشترک در تولید محصولات و آثار انیمیشنی دو بعدی و سه بعدی
- توافق نامه پخش و اکران آثار پویا نمایی
- توافق نامه بومی سازی پلت فرم مدیریت تولید پروژه های انیمیشن



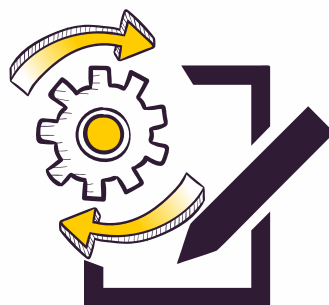


## فصل پنجم





سیاست گذار کے توسعہ راہبرد کے فناور کے



### مقدمه

در راستای سیاست گذاری توسعه راهبردی فناوری های نرم و هویت ساز، سند این ستاد در شورای عالی انقلاب فرهنگی در مرحله بررسی و تصویب نهایی در صحن شورا می باشد. در ادامه، برخی از بخش های این سند، مانند چشم انداز، سیاست های کلان و اهداف که به تصویب رسیده اند، ذکر می شوند. علاوه بر سند بالادستی ستاد که در صحن شورا در حال تصویب نهایی می باشد، با توجه به آن که برخی از اولویت های موضوعی ستاد در سند مانند صنعت پویانمایی و بازی های ویدیویی از مدت های پیش نهایی شده است. سند های راهبردی حوزه ای در این صنعت ها با رویکرد سیستمی در سال های گذشته تدوین شده اند یا در حال تدوین می باشند. به عنوان مثال سند راهبردی صنعت پویانمایی در سال گذشته در مراسمی در جشنواره دوسالانه پویانمایی رونمایی شد. در چارچوب مبانی ارزشی نظام جمهوری اسلامی ایران و همسو با ارزش های بنیادین نقشه جامع علمی و نقشه مهندسی فرهنگی همانند عدالت محوری، اخلاق مداری، عقلانیت، خلاقیت و نوآوری، تحول گرایی، ثروت آفرینی و تقدم مصالح عمومی بر منافع فردی، مهرورزی، انفاق و ایثار، عزت و مدارا، معرفت دینی و هویتی، امر به معروف و نهی از منکر، کار و تلاش و انضباط اجتماعی، مبانی ارزشی حوزه نوآوری صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری های نرم کشور عبارتند از:

۱. توجه به فرهنگ بومی به عنوان جانمایه محصولات فرهنگی و

کارآفرینی تعالی بخش؛

۲. توجه به اصل وحدت بین مسلمین، احترام به تنوع و تفاوت های

فرهنگی و مذهبی اقوام مختلف کشور و جلوگیری از ایجاد و گسترش

تفرقه؛ جذابیت، زیبایی و نوآوری محصولات فرهنگی هنری در

چارچوب مبانی اسلام و شرع مقدس اسلام؛

۳. تأکید بر مبارزه و مقابله با استکبار و تقابل جدی با جبهه

فرهنگی غرب؛

۴. توجه به آگاهی، اخلاق و امید و نشاط با رویکرد مهدویت؛

۵. تأکید بر استحکام خانواده و نقش متعالی زن در تربیت فرزندان؛

۶. تکریم سرمایه های انسانی، نخبگان، شکوفایی استعدادها و

رشد خلاقیت به عنوان مهمترین عنصر در ایجاد محصولات

فرهنگی.

صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری های نرم در افق ۱۴۰۴

حوزه ای است «توانمند در تولید و ارائه محصولات و خدمات

منبعث از فرهنگ بومی اسلامی- ایرانی و انقلابی، تعالی بخش،

تمدن ساز، گفتمان ساز، برخوردار از مشارکت مردمی، پیشران در

توسعه قدرت نرم، اقتصاد ملی و اقتصاد مقاومتی، پیشتاز در بازار

منطقه؛ در قالب نظام نوآوری سامان یافته و برخوردار از ظرفیت

تبدیل ایران به قطب فرهنگی جهان اسلام و منطقه» صنایع و

محصولات فرهنگی و فناوری های نرم جمهوری اسلامی ایران

در افق چشم انداز، از چنین ویژگی هایی برخوردار خواهند بود:

● فرهنگ بومی (اسلامی- ایرانی و انقلابی)؛ معرفت آفرین،

کمال آفرین، پاک، اخلاقی، الهام بخش، حافظ نهاد خانواده،

هویت ساز، مصونیت بخش و اقتدار آفرین؛

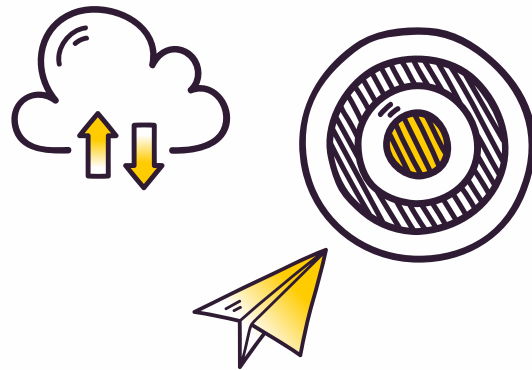
● پیشران در توسعه قدرت نرم، اقتصاد ملی و اقتصاد مقاومتی؛

درون زایی و برون گرایی، توجه به سازوکار مدیریت بهره وری و

مهندسی انگیزش در اقتصاد ملی با بهره گیری از فناوری های

۵. خوداتکایی در صنایع و محصولات فرهنگی و توسعه صادرات کالا و خدمات مبتنی بر فناوری‌های نرم؛
۶. نگاه نوآورانه، آینده نگارانه و عدم غفلت از نیازهای روز جامعه در عرصه‌ها و سطوح مختلف از آموزش و پژوهش تا تولید، توزیع، بازار؛
۷. تقویت هم‌افزایی، هم‌تکاملی، شبکه‌سازی، همکاری و هماهنگی و تعامل در سطوح مختلف ملی درون شاخه‌ها و بین شاخه‌های صنایع فرهنگی
۸. توجه به ظرفیت‌ها، قابلیت‌ها و توانمندی‌های فرهنگی، دانشی، فناوریانه و صنعتی کشور.

- اجتماعی و اقتصادی در جهت توسعه قدرت نرم و ارتقای تاب‌آوری کشور و شفافیت‌سازی با تأکید بر مشارکت حداکثری عموم جامعه به ویژه جوانان؛
- پیش‌تاز در بازار داخل و منطقه و مورد توجه در جهان؛ جذاب، پویا، متنوع، رقابت‌پذیر، دست‌یافته به سهم برتر از بازار منطقه و باقابلیت نفوذ و تأثیرگذار بر مردم جهان؛
  - نظام نوآوری سامان‌یافته؛ مبتنی بر شبکه‌ی سامان‌یافته و به هم پیوسته تمامی افراد و نهادهای مرتبط با تأکید بر ظرفیت و مشارکت بخش خصوصی، سازمان‌های مردم‌نهاد و صنوف، در راستای تبدیل مفاهیم اسلامی-ایرانی و انقلابی به محصولات فرهنگی خلاق، دانش‌بنیان و هم‌افزا به مثابه یک کل واحد؛
  - قطب فرهنگی جهان اسلام و منطقه؛ کانون جهانی و مرجعیت تولید و بازتولید مفاهیم اسلام ناب محمدی (صلی الله علیه و آله) و انتشار آن در دنیا از طریق محصولات فرهنگی با تأکید بر ارزش‌های مشترک.



### اهداف کلان

- دستیابی به نظام نوآوری کارآمد صنایع فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و ارتقای کمی و کیفی تولید و مصرف محصولات فرهنگی بومی؛
- دستیابی به الگوی کارآمد کاربرد فناوری‌های نرم با تأکید بر حوزه‌های علوم انسانی، اسلامی و اجتماعی در راستای ارتقای سبک زندگی ایرانی-اسلامی در جامعه.

### اهداف کیفی

- گسترش مخاطبان ملی و فراملی (با تأکید بر جهان اسلام) و افزایش رضایتمندی مردم از محصولات فرهنگی بومی؛
- افزایش تولید محصولات فرهنگی دانش‌بنیان و دانش‌فنی و فناوری‌های مربوطه؛

### سیاست‌ها

۱. اتخاذ و تقویت رویکرد اسلامی-ایرانی در توسعه صنایع و محصولات فرهنگی؛
۲. اولویت‌دهی به بخش غیردولتی به ویژه بخش خصوصی در اجرا با تأکید بر حفظ نقش سیاست‌گذاری و نظارتی دولت؛
۳. تأکید حداکثری بر مشارکت مردمی به ویژه نسل جوان؛
۴. اتخاذ رویکرد درون‌زا و برون‌نگر در توسعه صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری‌های نرم؛



۳. ارزیابی تأثیرات اجتماعی و فرهنگی صنایع و محصولات فرهنگی ناظر به اسناد بالادستی.

### راهبرد ۲: حمایت از ایجاد نمانام صنایع و محصولات فرهنگی بومی و تقویت آن

۱. طراحی و استقرار نظام ارزیابی و رتبه بندی کیفی نمانام ها، آثار و محصولات، متناسب با معیارهای اسلامی- ایرانی و انقلابی و استانداردهای کیفی؛

۲. شناسایی، ترویج و تشویق نمانام های برتر بومی در جشنواره های صنایع و محصولات فرهنگی و رسانه ملی.

راهبرد ۳: حمایت از کارآفرینی، تجاری سازی و صادرات محصولات فرهنگی بومی و فناوری های نرم با محوریت بخش غیردولتی و انجام فعالیت های مرتبط با تولید، بازاریابی، عرضه، فروش، تبلیغات و بسته بندی در بازار ملی، منطقه ای و جهانی.

• دستیابی به شبکه تعاملی کارآمد و هم افزای داخلی، منطقه ای و جهانی به ویژه جهان اسلام؛ در تبدیل ایده، دانش و معرفت به محصولات فرهنگی اقتدار آفرین، استحکام بخش ساخت درونی نظام، معرفت آفرین و جذاب در هر شاخه و بین شاخه های صنایع فرهنگی؛

• بهبود فضای کسب و کار و تقویت نظام نوآوری صنایع و محصولات فرهنگی اسلامی- ایرانی و انقلابی؛

• افزایش بهره وری و توسعه نظام فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مبتنی بر فناوری های نرم.

### راهبردها و اقدامات ملی

#### راهبرد ۱: رصد و ارزیابی نیاز و رضایت مخاطبان و پیامد محصولات و صنایع فرهنگی بومی و فناوری های نرم

۱. طراحی و استقرار نظام یکپارچه پایش و ارزیابی بازار ملی و فراملی محصولات فرهنگی بومی؛

۲. تقویت و حمایت از آینده نگاری، نیازسنجی، ذائقه سنجی و اثرسنجی در حوزه صنایع فرهنگی و فناوری های نرم جهت بهبود رضایت مخاطبان و افزایش سهم محصولات فرهنگی بومی باکیفیت و کمیت مطلوب در سبد هزینه خانوار؛

۱. راه اندازی و حمایت از مسیرها و مراکز نوآوری، تجاری سازی، شکوفایی، شتاب دهی، مراکز رشد، پارک های علم و فناوری و نهادهای میانجی با هدف گسترش و بهره گیری از ظرفیت های اسلامی- ایرانی؛

۲. حمایت از طراحی و ترویج برنامه ها و رویدادهای صنایع فرهنگی و فناوریهای نرم با محوریت فرهنگ بومی در بازارهای هدف با بهره گیری از ظرفیت مناسک، شعائر و آیین اسلامی؛

۳. رفع موانع قانونی و تسهیل در اجرایی سازی نظام ثبت حقوق مالکیت فکری آثار و محصولات فرهنگی بومی و نظارت بر حسن انجام آن؛

۴. ساماندهی شبکه منسجم توزیع، تبلیغات و بازاریابی محصولات و خدمات صنایع فرهنگی بومی و فناوری های نرم در سطح ملی و بین المللی؛

۵. حمایت از راه اندازی و توسعه شهرک های تخصصی و بنگاه های کوچک و متوسط، مناطق ویژه بخشی، چندبخشی، فناورانه و ملی در صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری های نرم؛

۶. تقویت فعالیت های تحقیقاتی مشترک و همکاری های فنی میان صاحبان صنایع و مؤسسات تحقیقاتی داخلی و خارجی با تأکید بر فناوری های کلیدی، نوین و نوظهور در حوزه محصولات فرهنگی و فناوری های نرم.

۱. توسعه ایده پردازی و تشکیل هیأت های اندیشه ورزی در مراکز طراحی و نوآوری تولید محتوا و محصولات و صنایع فرهنگی و فناوری های نرم و اتصال آن با شبکه فعالان صنایع فرهنگی؛

۲. حمایت از شرکت های طراحی و تولید محصولات فرهنگی، هنر بنیان و فرهنگ بنیان در قالب قانون حمایت از شرکت های دانش بنیان؛

۳. حمایت از بازاریابی و بازاریابی در قالب ایجاد ایده بازارها، مؤسسات ثبت و بازاریابی ایده و نهادهای میانجی در سطح ملی و بین المللی؛

۴. طراحی و اجرای سازوکار خریدهای دولتی از فناوری ها، محصولات و خدمات صنایع فرهنگی بومی؛

۵. ایجاد پژوهشگاه و حمایت از تحقیقات کاربردی برای توسعه فناوری و نوآوری صنایع فرهنگی دانش بنیان و فناوری های نرم.

**راهبرد ۵: جامع نگری، هم افزایی و توسعه زنجیره ارزش و سپد محصولات در شاخه های مختلف صنایع فرهنگی و فناوری های نرم**

۱. حمایت از ایجاد شرکت ها و مراکز مشاوره تخصصی غیردولتی به منظور توسعه و تلفیق زنجیره ارزش محصولات فرهنگی و فناوری های نرم؛

۲. آسیب شناسی، بازنگری، شفاف سازی و اصلاح قوانین، مقررات و شاخص ها به منظور هماهنگ سازی شاخه های مختلف صنایع فرهنگی.

**راهبرد ۴: ایجاد و توسعه صنایع و محصولات**

**فرهنگی دانش بنیان و فناوری های نرم**

محصولات فرهنگی بومی و افزایش عوارض ورود محصولات فرهنگی خارجی؛

۵. تسهیل حضور بخش غیردولتی و خیرین برای ایجاد شبکه توسعه صنایع و محصولات فرهنگی.

**راهبرد ۷: بهبود فضای بازار مصرف صنایع و محصولات فرهنگی بومی و فناوری های نرم با تاکید بر گفتمان سازی و توسعه مشارکت های مردمی**

۱. ایجاد بستر مشارکت های مردمی از طریق سازمان ها، دستگاه ها، سمن ها، انجمن های تخصصی و شبکه های

**راهبرد ۶: ساماندهی، کارآمدسازی و تقویت راهکارهای مالی**

۱. ایجاد و حمایت از صندوق های تأمین مالی و سرمایه گذاری های خطرپذیر، در حوزه صنایع فرهنگی و فناوری های نرم؛

۲. حمایت از تشکیل صندوق های حوزه های فرهنگی با قابلیت ورود به فرابورس و بورس اوراق بهادار؛

۳. اعطای معافیت مالیاتی و جوایز صادراتی به تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات فرهنگی بومی؛

۴. کاهش عوارض قطعات و مواد اولیه در ساخت و تولید

**راهبرد ۱**

رصد و ارزیابی نیاز و رضایت مخاطبان و پیامد محصولات و صنایع فرهنگی بومی و فناوری های نرم

**راهبرد ۲**

حمایت از ایجاد نماانام صنایع و محصولات فرهنگی بومی و تقویت آن

**راهبرد ۳**

حمایت از کارآفرینی، تجاری سازی و صادرات محصولات فرهنگی بومی و فناوری های نرم با محوریت بخش غیردولتی و انجام فعالیت های مرتبط با تولید، بازاریابی، عرضه، فروش، تبلیغات و بسته بندی در بازار ملی، منطقه ای و جهانی

**راهبرد ۴**

ایجاد و توسعه صنایع و محصولات فرهنگی دانش بنیان و فناوری های نرم

**راهبرد ۵**

جامع نگری، هم افزایی و توسعه زنجیره ارزش و سبد محصولات در شاخه های مختلف صنایع فرهنگی و فناوری های نرم



مجازی در تولید و عرضه محصولات فرهنگی و مبتنی بر فناوری‌های نرم و بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی در رصد و نظارت بر بازار محصولات فرهنگی منطبق با ارزش‌های بومی و روی‌گردانی از محصولات فرهنگی غیر مجاز؛

۲. تسهیل بهره‌مندی کسب و کارها و مشاغل فعال در صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم از فضاهای کاری در اختیار بخش عمومی یا دولتی، مانند دانشگاه‌ها، فرهنگسراها و مراکز و کانون‌های فرهنگی برای ارائه خدمات و محصولات بومی؛

۳. ترویج و فرهنگ‌سازی قواعد و رویکردهای فناوری‌های نرم در قالب انتشار محصولات چند رسانه‌ای، مقاله، کتاب، نشریه و

سایر ابزارهای ترویجی؛

۴. طراحی بسته‌های مشارکت‌های گسترده مردمی در تشخیص مسائل، نظارت و ارائه راه‌حل برای ارتقای کیفیت حکمرانی در کشور؛

۵. حمایت از به‌کارگیری نمادها و محصولات فرهنگی اسلامی - ایرانی در مهدکودک‌ها، مدارس، مراکز تفریحی و مراکز آموزشی و پرورشی کودکان و نوجوانان و اطلاع‌رسانی پیرامون مضرات محصولات غیربومی یا ناهنجار به خانواده‌ها؛

۶. معرفی، ترویج، تسهیل و مدیریت فضای کسب و کار و مشاغل فرهنگی بومی برای جوانان به ویژه دانش‌آموزان و دانشجویان

#### راهبرد ۶

ساماندهی، کارآمدسازی و تقویت راهکارهای مالی

#### راهبرد ۷

بهبود فضای بازار مصرف صنایع و محصولات فرهنگی بومی و فناوری‌های نرم با تأکید بر گفتمان‌سازی و توسعه مشارکت‌های مردمی

#### راهبرد ۸

بکارگیری، ظرفیت‌سازی و توسعه زیرساخت‌های نرم افزاری و سخت افزاری

#### راهبرد ۹

بهره‌مندی از ظرفیت‌ها و همکاری‌های بین‌المللی با تأکید بر کشورهای اسلامی و دارای قرابت فرهنگی

#### راهبرد ۱۰

ارتقای کمی و کیفی سرمایه‌های انسانی و ساماندهی ارتباط نظام‌های آموزشی و مهارتی با نیازهای حوزه صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری‌های نرم

## راهبرد ۸: بکارگیری، ظرفیت سازی و توسعه زیر ساخت های نرم افزاری و سخت افزاری

۸. ایجاد نظام رتبه بندی اعتباری ملی از پایبندی کلیه سطوح جامعه نسبت به تعهدات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی.

## راهبرد ۹: بهره مندی از ظرفیت ها و همکاری های بین المللی با تأکید بر کشورهای اسلامی و دارای قرابت فرهنگی

۱. بهره گیری از دیپلماسی فعال در توسعه همکاری با کشورهای اسلامی به منظور شکل گیری پیمان مشترک در حوزه صنایع فرهنگی و فناوری های نرم؛

۲. تأسیس اتحادیه مشترک استودیوهای فیلم سازی، شرکت های بازی های رایانه ای، گردشگری و مد و لباس و سایر حوزه ها با کشورهای اسلامی؛

۳. حضور فعال و عضویت در مجامع بین المللی مرتبط با سیاست گذاری، قانون گذاری، مالکیت فکری و ... در پیوند با صنایع فرهنگی و فناوری های نرم؛

۴. تقویت و توسعه نظام مند همکاری دانشگاه های کشور با دانشگاه های بزرگ و معتبر جهانی، به ویژه دانشگاه های جهان اسلام در عرصه صنایع فرهنگی؛

۵. جلب مشارکت مؤثر متخصصان حوزه صنایع فرهنگی به ویژه ایرانیان مقیم خارج از کشور در ساخت و تولید محصولات فرهنگی بومی؛

۶. حمایت از شکل گیری بازارهای مشترک با شرکت های پیشروی خارجی و تسهیل دسترسی به بازارهای جهانی با قابلیت رقابت در عرصه بین الملل با تأکید ویژه بر تجارت محتوا و طرح های بومی.

۱. حمایت از توسعه زیرساخت های فیزیکی و فناورانه (اماکن، استودیوهای پیشرفته، شبکه های داخلی و بین المللی، خطوط ارتباطی و مانند آن) در حوزه تولید، توزیع، مصرف و تبلیغ محصولات فرهنگی، با رویکرد اشتراکی و فرابنگاه و با فراهم سازی زمینه های حضور حداکثری ذینفعان؛

۲. ایجاد نظام ملی آمار و اطلاعات اقتصادی صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری های نرم و بانک اطلاعات محصولات تولید داخل و فعالان صنایع فرهنگی و فناوری های نرم، با مشارکت بخش عمومی و غیردولتی؛

۳. ایجاد شبکه و درگاه اطلاعاتی کنشگران اصلی صنایع فرهنگی در سطح ملی؛

۴. تدوین استانداردهای ملی تولید و عرضه محصولات فرهنگی و محصولات مبتنی بر فناوری های نرم با توجه به استانداردهای بین المللی و اقتضائات داخلی؛

۵. ایجاد سامانه و بانک اطلاعاتی برخط از گلوگاه ها و مسائل تشخیص، تصمیم گیری و پیاده سازی در اجرای برنامه های کشور

۶. طراحی و تدوین الزامات مقررات گذاری مطلوب و پایش سالانه میزان تطابق نظام مقررات گذاری کشور با آن الزامات؛

۷. اعمال و تشدید تنبیهات و اقدامات بازدارنده برای مقابله با محصولات فرهنگی غیرمجاز و قاچاق

## راهبرد ۱۰: ارتقای کمی و کیفی سرمایه‌های انسانی و ساماندهی ارتباط نظام‌های آموزشی و مهارتی با نیازهای حوزه صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری‌های نرم

۱. بازبینی و گسترش آموزش‌ها و مقاطع تحصیلی مورد نیاز فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی در نظام آموزش عمومی و آموزش عالی و ضمن خدمت؛

۲. راه‌اندازی مدارس تخصصی و ایجاد رشته‌های دانشگاهی و بازنگری در محتوای رشته‌های دانش‌گاہی موجود با رویکرد اسلامی-ایرانی، مورد نیاز فناوری‌های نرم و صنایع و محصولات فرهنگی؛

۳. تربیت نیروی انسانی کارآمد و توسعه یافته در حوزه صنایع فرهنگی با مهارت طراحی و تولید محصولات مبتنی بر مفاهیم اسلامی-ایرانی با رویکرد اقتصادی و تجاری سازی؛

۴. بازتعریف نظام ارتقای هنرمندان، اعضای هیئت علمی و پژوهشگران حوزه صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری‌های نرم؛

۵. برگزاری کارگاه‌های آموزشی فناوری‌های نرم برای ۱۰ درصد از کارشناسان دستگاه‌های کشور.

### نگاه به آینده

در راستای دستیابی به چشم‌انداز تصور شده در حوزه صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم در سند ستاد در افق ۱۰ ساله اهداف کمی ذیل برای این منظور لحاظ شده است:

- دستیابی به جایگاه نخست تولید و صادرات محصولات فرهنگی بومی در منطقه و جهان اسلام؛
- ایجاد حداقل پنج نام معتبر جهانی در حوزه صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم؛
- کسب سهم ۲/۰ درصد بازار سینمای جهان؛
- کسب حداقل رتبه چهارم گردشگری در منطقه و جذب بیست میلیون گردشگر در ۱۴۰۴؛
- رسیدن به سهم ۳۰ درصدی بازی‌های رایانه‌ای از بازار کشور؛
- ایجاد حداقل پنج بن‌سازه جدید و موفق فناوری‌های نرم؛
- تولید ۲۷۰ عنوان پی‌نما با میانگین شمارگان حداقل ۵۰۰۰ نسخه تا ۱۴۰۴؛
- تولید و اکران بین‌المللی حداقل سی پویا‌نمایی سینمایی تا افق چشم‌انداز؛
- دستیابی اسباب‌بازی‌های تولید داخل به سهم حداقل ۲۵ درصدی از ارزش بازار اسباب‌بازی کشور در سال چشم‌انداز.



# برنامه های آتس ستاد توسعه فناوری هاك نرم و هویت ساز







علم و فناوری منشأ قدرتمندی، ثروت و رفاه کشورها در دنیای امروز است. نوآوری نیز یکی از اصلی ترین موتورهای محرک رقابت پذیری در تمامی عرصه های زیست بشر در دنیای امروز است. نوآوری در عرصه فناوری منجر به شکل گیری رقابت پذیرترین کالاها و خدمات می شود و در عرصه فرهنگی و هنری بنیاد شکل گیری «صنایع خلاق» است. ظرفیت نوآوری از این رو اصلی ترین دارایی بنگاه های بزرگ و پیشروی جهانی است؛ همان گونه که در عرصه نظامی و امنیتی، نوآوری زیرساخت شکل گیری امنیت برای تمامی شهروندان یک کشور و غرور ملی برآمده از قدرت در تمامی ابعاد نرم و سخت است. عرصه فرهنگ و هنر نیز بیش از هر عاملی، نیازمند نوآوری در تولید مفاهیم و باورهای نوین از طریق بازاندیشی های مداوم و همچنین پذیرش مولفه های فرهنگی تولید شده، توسط اعضاء آن جامعه و جوامع دیگر است. علم و فناوری در نهایت در قالب نوآوری تبدیل به خروجی هایی ملموس برای جامعه می شوند.

اردیبهشت ۹۶

برنامه های دولت تدبیر و امید با عنوان «دوباره ایران»

# هویت ساز فناورانه استاد

مروری بر عملکرد ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز  
معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



ریاست جمهوری  
معاونت علمی و فناوری



[www.stdc.isti.ir](http://www.stdc.isti.ir)



معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری  
مرکز ملی نوآوری و توسعه علم و فناوری