



«فرهیختگان» از برگزاری بازارچه آنلاین محصولات صنایع خلاق دانشجویی دانشگاه آزاد گزارش می دهد

# شبکه هزار و ۸۷۰ محصول دانشجویی در آزاد چارسوق



سارا طاهری  
مدیرکل گروه دانشگاه

معاونت فرهنگی و دانشجویی دانشگاه آزاد چند سالی است که تلاش دارد با بهره گیری از شیوه های نوین و موثر، ایده های خلاق و فرهنگ محور اساتید، کارکنان و دانشجویان را وارد زیست بوم کسب وکارهای «فناوری های نرم فرهنگی و صنایع خلاق» کند. بر همین اساس آیین نامه رویداد ملی صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی در سال ۹۹ ابلاغ شد. اما اینکه چرا عنوان «صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی» برای این رویداد انتخاب شد را باید از سخنان دکتر طهرانچی جست وجو کرد. دکتر طهرانچی می گوید دانشگاه در گذشته مجموعه ای استاتیک بود و در آن آموزش، فرهنگ و پژوهش در کنار هم بودند و مجموعه فعالی در دانشگاه شکل می گرفت،

اما امروز دانشگاه که تربیت قوه عاقله را وظیفه خود می داند، فرهنگ و علم آن در هم مزج و متاثر از تحولات اقتصادی، اجتماعی و فناورانه است. به گفته او این دلیل باعث شده که از عنوان فناوری های فرهنگی استفاده شود؛ چراکه در گذشته فناوری خارج از دانشگاه بود و دانشگاه فرهنگ ساز و علم ساز بود و به دنبال فناوری می رفت، اما امروز یک رابطه بازتابی بین دانشگاه و جامعه برقرار شده و اقتصاد و اجتماع، علم و فرهنگ را تحت تاثیر قرار داده، بنابراین به گفته او واژه جدیدی تحت عنوان صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی خلق شده است.

اولین دوره این رویداد ملی در آذرماه سال ۱۴۰۰ برگزار شد که ۶۰۰ اثر از واحدهای دانشگاهی به دبیرخانه این جشنواره ارسال و پس از داوری های فنی، درنهایت ۶۰ اثر انتخاب شد. دانشجویان در یک دوره سه ماهه آموزش های لازم را کسب کردند و از میان ۶۰ اثر انتخاب

## مدیرکل فرهنگی و اجتماعی دانشگاه آزاد:

### بازارچه صنایع خلاق در ۸۳ واحد دانشگاهی برپا شد

مهدیون ادامه داد: «منتخبان اولین دوره جشنواره ملی صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی مورد حمایت دانشگاه آزاد قرار گرفتند و تسهیلات و حمایت های دانشگاه از قبیل اعطای وام ایجاد کسب وکار، اختصاص دفترکار رایگان، حضور در برنامه های تلویزیونی، معرفی به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، انجام مشاوره ها و برگزاری دوره های رایگان منتورینگ برای ایده های برتر در راستای بازاریابی و فروش محصولات به آنها تعلق گرفت.»

او با تاکید بر اینکه دومین دوره جشنواره ملی هم در بهار ۱۴۰۱ برگزار شد، اظهار کرد: «از سال ۱۴۰۲ جشنواره به بازارچه تبدیل شد. این کار نیز در راستای اهدافی بود که برای جشنواره دنبال می کردیم. ما صنایع خلاق را یک قطب اثرگذار حوزه فرهنگ می دانیم؛ چراکه این حوزه پل ارتباطی میان حوزه های فرهنگی با دانشجویان بوده و حوزه های مربوط به معاونت فرهنگی و دانشجویی می توانند به وسیله صنایع خلاق اثرگذاری های بی شماری را در جامعه هدف خودشان داشته باشند.»

مدیرکل فرهنگی و اجتماعی دانشگاه آزاد در همین زمینه افزود: «به عبارت دیگر یکی از اهداف ما در حوزه صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی شناسایی اهداف و حمایت از ظرفیت ایدپردازی و خلاقیت دانشگاهیان است، همچنین رشد نوآوری های فرهنگی از طریق تقویت ارتباط دانشگاه با کانون های صنایع فرهنگی و جامعه، ایجاد کارآفرینی و شکل گیری کسب وکارها و استارت آپ های فرهنگی، شبکه سازی و ایجاد زیست بوم صنایع خلاق فرهنگی، اثرگذاری مستقیم دانشگاه در راه اندازی کسب وکارها و تولید محتوای نیز از جمله اهدافی به شمار می رود که در حوزه صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی آنها را دنبال خواهیم کرد.»

مهدیون بیان کرد: «از سال ۱۴۰۲ برای اینکه بتوانیم جمعیت دانشجویی

شده درنهایت ۵ تیم به عنوان برگزیده انتخاب شد. دومین رویداد ملی صنایع خلاق هم زمان با رویداد عصر در خردادماه سال ۱۴۰۱ برگزار شد که در آن حدود ۷۵۰ طرح و ایده در حوزه صنایع خلاق از تمام واحدهای دانشگاه آزاد سراسر کشور ارسال شد که نزدیک به ۱۹۳ طرح از میان آنها انتخاب شد.

صنایع خلاق برای اولین بار با برگزاری یک رویداد ملی به متن فعالیت های فرهنگی دانشگاه راه پیدا کرد و مسیری شد تا استعدادهای دانشجویان شناخته شده و تقویت شود. اما آذرماه سال ۱۴۰۱ پخشنامه برگزاری این نمایشگاه ها به واحدها هم ابلاغ شد تا توجه به تولیدات خلاقانه و فرهنگی دانشجویان به صورت منسجم و نظام مند دنبال شود. بنابراین سومین دوره این رویداد ملی با برگزاری بازارچه های صنایع دستی در دل واحدها هم نمود بیشتری پیدا کرد. حالا چند سالی می شود که صنایع خلاق در بستر فرهنگی

بیشتری را پوشش دهیم، این جشنواره را به بازارچه صنایع خلاق تبدیل کردیم. در بازارچه، دانشجویان دیگر دانشجویان ارتباط گرفته و این روند خود منجر به توسعه محصول می شود، یعنی دانشجوی صنایع خلاق ما در حوزه کامپیوتر یا دیگر دانشجویان این رشته ارتباط می گیرند و این اتفاق منجر به طراحی سایت یا طراحی پلتفرم ها و نرم افزار می شود؛ درحقیقت حضور در بازارچه منجر به توسعه محصولات و ایجاد بسترهای لازم برای یادگیری بیشتر دانشجویان می شود.»

او اظهار کرد: «یکی از اهداف جدی که در صنایع خلاق دنبال می کنیم، افزایش اعتمادبه نفس در دانشجو است، یعنی دانشجویان اعتماد را پیدا کند که می تواند در عرصه کسب وکار، بازار، تولید و توسعه محصول و فروش آن وارد شود و در طرف دیگر، حضور در عرصه ارتباط با بازار و کسب وکار را از دوران دانشجویی تمرین کند. همچنین با هدف توسعه یادگیری و پوشش جمعیت بیشتر دانشجویی این امکان فراهم شود تا دانشجویان بیشتری از استان های مختلف در حوزه صنایع خلاق فعال شوند.»

مدیرکل فرهنگی و اجتماعی دانشگاه آزاد با تاکید بر اینکه برای همه دانشجویان این امکان وجود نداشت که در دو جشنواره ملی صنایع خلاق که در تهران هم برگزار شد حضور پیدا کنند، اظهار کرد: «اما بازارچه این امکان را فراهم می کرد دانشجویان بیشتری در زمان کمتر و با هزینه کمتری در این حوزه فعال باشند. به طوری که در سال ۱۴۰۲، ۸۳ واحد دانشگاه آزاد بازارچه صنایع خلاق داشتند و در حدود هزار و ۹۱۰ محصول به بانک اطلاعاتی ما توسط این بازارچه ها اعلام شد و تقریباً نزدیک به ۵۶۵ دانشجو نیز به عنوان صاحبان آثار و محصولات معرفی شدند.»

مهدیون خاطرنشان کرد: «خوشبختانه حمایت جدی از حوزه فرهنگ به معنای عام آن از سوی ریاست دانشگاه آزاد دکتر طهرانچی شکل

گرفته و تا امروز شاهد حمایت های بسیار جدی در این زمینه بودیم. همچنین حمایت های معاونت فرهنگی و دانشجویی این دانشگاه باعث شده در این مدت شاهد نوآوری های خوبی در این زمینه باشیم. نکته دیگر اینکه در آخرین جلسه شورای فرهنگی دانشگاه آزاد بحث بازارچه صنایع خلاق مطرح شده و گزارشی هم از وضعیت فعلی سامانه آزاد چارسوق ارائه شد.»



حرکت کنیم، می خواهیم کار را با سازمان میراث فرهنگی در نمایشگاه بزرگتری دنبال کرده تا مردم هم امکان بازدید داشته باشند. همچنین دانشجویان هم بتوانند در محیط واقعی تر محصولات شان را بفروشند.»

رئیس دانشگاه آزاد واحد شهرقدس خاطرنشان کرد: «قبل از عید نیز سه استان ما در مبادی ورودی شهرها نمایشگاه برپا کرده بودند و در نمایشگاه قرآن سال گذشته نیز چهار واحد دانشگاهی مادر استان تهران دستاوردهای صنایع خلاق و صنایع دستی شان را در غرفه ای به مساحت حدود ۲۰ متر عرضه کردند. البته چون تعداد روزهای این نمایشگاه طولانی و ماه مبارک رمضان هم بود، حضور برای دیگر استان ها سخت بود و به همین دلیل تنها استان تهران شرکت کرد که بازخورد های خوبی هم داشتیم.»



## رئیس دانشگاه آزاد واحد شهرقدس:

### آزاد چارسوق امکان فروش محصولات دانشجویی را در بستر آنلاین فراهم کرد

حامد افشاری، رئیس دانشگاه آزاد واحد شهرقدس درباره برگزاری بازارچه آنلاین صنایع خلاق گفت: «بحث صنایع خلاق از اردیبهشت ماه سال ۱۴۰۰ شکل گرفت، واقعیت آن است که حوزه صنایع خلاق و فناوری های نرم از حوزه های اولویت دار امروز کشور به شمار می رود و بخش های متعددی از جمله صنایع دستی، بازی، انیمیشن، صنعت ورزشی، تولید محتوا، رسانه، یادکست، تئاتر، سینما و... را شامل می شود و به همین دلیل تاب آوری این حوزه ها برای فروش محصول چه در عرصه داخل و چه خارج نسبت به فناوری های سخت بالاتر است. یعنی می تواند سودآوری و ارزش آفرینی بالایی را برای دانشجویان و دانشگاه و برای کشور ایجاد کند.» او ادامه داد: «علت اینکه گفتیم دانشجویان ما در کنار تحصیل مهارت هایی را در این عرصه کسب و از این طریق به حوزه صنایع خلاق و فناوری های نرم ورود کنند هم همین تاب آوری این حوزه و امکان ایجاد ارزش آفرینی هایی است که در مقایسه با صنایع سخت وجود دارد. در همین راستا در اردیبهشت ۱۴۰۰ فراخوانی منتشر کرده و براساس آن بخشی از دانشجویان، اساتید و کارکنان، دستاوردهایشان را در این حوزه ارائه کردند. به عبارت دیگر ۶۰ تیم طی ۳ روز در هتل فرهیختگان حضور داشته و در این رویداد در کنار آموزش، بحث تیم سازی آنها هم انجام شد و از میان آنها هم برخی تیم ها به عنوان برگزیده انتخاب و امروز هم به شرکت های خوبی تبدیل شده اند.»

رئیس دانشگاه آزاد واحد شهرقدس در همین زمینه افزود: «ما یکی دانشجویانی که در اولین دوره این رویداد حضور داشتند هم با وجود اینکه فارغ التحصیل شده و هنوز تیم سازی نکرده اند، اما دستاوردهایشان را به فروش می رسانند. درحقیقت ما آنها را رهگیری کرده و در جریان هستیم که برخی از آنها به نمایشگاه ها رفته و حتی در خود دانشگاه محصولات شان را عرضه می کنند.» افشاری اظهار کرد: «دومین رویداد صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی را هم برگزار کردیم و با وجود اینکه در دور اول ۶۰۰ محصول داشتیم اما در دور دوم بیش از ۹۰۰ محصول ارائه شد که تعداد زیادی از این محصولات در نمایشگاه عصر امید به نمایش درآمدند، به طوری که بخش بزرگی از این نمایشگاه به صنایع خلاق اختصاص پیدا کرد. بعد از آن به دنبال جریان سازی این اتفاق بودیم و به همین دلیل در معاونت فرهنگی و دانشجویی دانشگاه آزاد بحث ایجاد بازارچه های فرهنگی در واحدها مطرح و آیین نامه ای هم برای آن تدوین

شده که با سازمان میراث فرهنگی در نمایشگاه بزرگتری دنبال کرده تا مردم هم امکان بازدید داشته باشند. همچنین دانشجویان هم بتوانند در محیط واقعی تر محصولات شان را بفروشند.»

رئیس دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرقدس افزود: «یعنی علاوه بر فروش محصول، این بازارچه در تکمیل محصول دیگران هم کمک کننده است. همچنین بستری را فراهم می کند تا دانشجویان هدیه گر را شناخته و تیم شوند.»

او نیز در حوزه برندسازی تیم شان به آنها کمک می کنیم. موضوع دیگر اینکه در آینده بسیار نزدیک، صندوق خطرپذیر در دانشگاه ما به همت دکتر طهرانچی ایجاد شده و قرار است در تجاری سازی و برندینگ و حتی صادرات محصولات دانشجویی هم ورود کنیم. به طور مثال در حوزه چرم می گوئیم که مدل بازاریابی محصولات این حوزه در خارج از کشور براساس فلان سبک و طراحی دنبال می شود و همین مساله را به دانشجویان منتقل و به او آموزش های ابتدایی را هم می دهیم، بعد به آنها می گوئیم بر اساس فلان طراحی، محصول شان را تولید کنند و ما نیز براساس قراردادی که با یک مشتری خارجی بسته ایم، بحث صادرات آن محصولات را دنبال می کنیم.»

افشاری با تاکید بر اینکه امروز در بستر آزاد چارسوق بحث فروش را در عرصه دانشگاه آزاد برای دانشجویان و خانواده این دانشگاه فراهم کرده ایم که ان شاء الله رونق پیدا کرده و به کل جامعه بسط پیدا کند، افزود: «جمعیت دانشجویی که در این شبکه ای را ایجاد کرده اند، ۳۲۳ نفر است اما هرکدام از آنها چند محصول دارند. نکته دیگر اینکه براساس شبکه ای که خودمان به صورت فابیل اطلاعاتی از واحدهای مختلف جمع آوری کردیم و در آن برترین های بازارچه های واحدهای مختلف لحاظ شده، باید بگویم که ما نزدیک به ۵۶۰ تا ۵۷۰ دانشجو را از حدود ۸۳ واحد داریم.» او درباره زمان جدید برگزاری این بازارچه گفت: «هنوز درباره دور جدید رویداد، معاونت فرهنگی دانشجویی دانشگاه آزاد به جمع بندی نرسیده اما قرار است در هفته دوم یا سوم خرداد ماه با سازمان میراث فرهنگی و گردشگری رویدادی را برگزار کنیم که در آن به مناسبت روز جهانی میراث فرهنگی محصولات مان را به صورت کشوری عرضه کنیم. یعنی به جای اینکه تنها در قالب دانشگاه

شد. بر این اساس به واحدها اختیار داده شد تا بازارچه هایی را در مقاطع زمانی مختلف که خودشان در نظر می گیرند، ایجاد کنند تا از این طریق دانشجویان دستاوردهایشان را در آنجا عرضه و به فروش برسانند.» او با بیان اینکه ایجاد بازارچه در واحد مزایای مختلفی داشت، تصریح کرد: «یکی از مزایا آن بود که دانشجویان در خود دانشگاه به این مهارت می رسد که محصول تولیدی اش را به فروش برسانند، همچنین مهارت های لازم برای تیم سازی و ایجاد کسب وکار را هم در آنجا فرا می گیرند. یک سالی می شود که این بازارچه ها در واحدهای مختلف برگزار می شود. البته در کنار آن بحث بازارچه آنلاین صنایع خلاق را هم تحت عنوان آزاد چارسوق داشتیم تا در آن دانشجویان به ارائه محصولات صنایع خلاق و فناوری های نرم بپردازند.»

رئیس دانشگاه آزاد واحد شهرقدس تصریح کرد: «با ستود دکتر طهرانچی، رئیس دانشگاه آزاد اسلامی قرار شده تا محصولات دانشگاه در این بازارچه عرضه شود. نحوه عرضه محصولات در این بازارچه به این صورت است که مثلاً دانشجو کتابی را خریده اما بعد از پایان درسی، دیگر از آن استفاده نمی کند و حالا در این بازارچه می تواند آن را به فروش برساند یا موبایلی خریده ولی می خواهد ورژن جدیدتری را بخرد و می تواند در این بازارچه موبایل و تبلتش را بفروشد. البته در گام بعدی بحث اصلت بخشی محصولات دسته دوم دانشجویان را که در معرض فروش قرار می گیرد را دنبال خواهیم کرد.» افشاری گفت: «در آزاد چارسوق دانشجویان می توانند برای خودشان، بازارچه ایجاد کنند و محصولات شان را در آنجا به فروش برسانند. البته فعال بهترین کار آن است که چون دانشجو در این بازارچه محصولات را می بیند، در گام اول و برای برخی از محصولات ارزان قیمت، امکان فروش تنها در همان شهر فراهم شود، اما برخی محصولات که ارزش آفرینی زیادی دارند، می توان بحث ارسال آنها را از طریق پست و براساس قراردادهایی که واحدها با پست منطقه خودشان دارند، تحت برند آزاد چارسوق انجام داد. برای این کار واحدها نیز چون بحث ارسال محصول را براساس قرارداد پست انجام می دهند، در درصدی از میزان فروش محصول که حدود دو درصد می شود، ذی نفع خواهند بود.»

او با بیان اینکه بحث آزاد چارسوق امروز شکل گرفته و فاز آزمایشی آن هم انجام شده، گفت: «امروز شبکه ای متشکل از هزار و ۸۷۰ محصول از سوی دانشجویان در اپلیکیشن اینا ایجاد شده و حالا می توان این