

«فرهیختگان» جزئیات سومین رویداد ملی صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی را بررسی می کند

# توسعه فرهنگ کارآفرینی در بازارچه های صنایع خلاق

**سارا طاهری - نمین قیصری گروه دانشگاه**

خلاقیت باعث می شود شما از چهارچوب ذهنی خارج شده و دنیای ایده های خود را عملی کنید. البته این تمام ماجرا نیست. خلاقیت یک عنصر مهم در حوزه اقتصاد و لازمه کارآفرینان است. افراد خلاق در طوفان مسائل راه حل های کارساز ارائه می دهند. جوانان علاوه بر کنجکاوی و ریسک پذیری، انعطاف پذیری بالایی در برابر مشکلات دارند. دانشگاه ها به عنوان مراکز آموزشی و فرهنگی، می توانند یک بستر مهم برای پرورش خلاقیت جوانان باشند. فضای دانشگاه به دانشجویان این امکان را می دهد که ایده های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند و از تجربیات یکدیگر بیاموزند. فعالیت های فرهنگی، هنری و علمی در دانشگاه ها می تواند به تقویت خلاقیت و نوآوری در بین دانشجویان کمک کند. همچنین برگزاری کارگاه ها، سمینارها و رویدادها در زمینه های مختلف می تواند به دانشجویان انگیزه دهد تا به دنبال ایده های جدید بروند.

## چرا صنایع فرهنگی و خلاق جذابیت دارد؟

دانشگاه مرکز ساخت ایده های جدید و نوآوری است که می تواند نیاز فرهنگی و اجتماعی یک جامعه را شناساند و در راستای حل آن بکوشد. دانشگاهی در این امر موفق تر است که صنایع خلاق را در اولویت حوزه فرهنگی خود بگذارد. در ایران صنایع خلاق یکی از رسالت های معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان است. دانشگاه های بسیاری نیز برنامه های خلاقیت محوری را در این حوزه آغاز کرده اند؛ مانند مسابقات «ایده شو» دانشگاه های پیام نور و «رویداد ملی صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی» دانشگاه آزاد که در این راستا برگزار می شود.

## بهار صنایع خلاق دانشگاه آزاد از بهمن ماه ۹۹

«رویداد ملی صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی» در دانشگاه آزاد رویدادی است که در آن استعداد های دانشجویان شناخته و تقویت می شود و همانطور که از نام آن مشخص است معاونت فرهنگی و دانشجویی دانشگاه آزاد متولی برگزاری آن است. مسئولان این معاونت چند سالی است تلاش دارند تا با استفاده از شیوه های نوین و مؤثر، ایده های خلاق و فرهنگ محور اساتید، کارکنان و دانشجویان را وارد زیست بوم کسب و کارهای «فناوری های نرم فرهنگی و صنایع خلاق» کند. بر همین اساس آیین نامه رویداد ملی صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی در بهمن سال ۹۹ ابلاغ شد تا فضایی برای شکل گیری کسب و کارهای خلاق و مسئله محور در حوزه فرهنگی، هنری و اجتماعی شکل بگیرد.

## آذر ۱۴۰۰؛ ایستگاه اول

نخستین رویداد ملی نیز در بهار سال ۱۴۰۰ کلید خورد و اختتامیه آن آذرماه همان سال برگزار شد که ۶۰۰ اثر از واحدهای دانشگاهی به دبیرخانه این جشنواره ارسال و پس از داوری های فنی، در نهایت ۶۰ اثر انتخاب شد. از میان ۶۰ اثر، ۱۴ طرح به فینال راه پیدا کرد که از این میان نیز ۵ اثر به عنوان برگزیده انتخاب شدند. این ۵ اثر در سطح ملی و گاهی در سطح بین المللی حرفی برای گفتن داشتند. ۹۵ درصد از دانشجویانی که در نخستین دوره این رویداد شرکت کردند، دانشجویان ترم چهار و پنج

لیسانس بودند. آماری که نشان دهنده شور و شوق و خلاقیت نسل جوان است که هر سال نیز رو به افزایش است.

## خرداد ۱۴۰۱، صنایع خلاق به پله دوم رسید

هرچند نقش دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی در توسعه صنایع خلاق روبه رشد بود؛ ولی چرخه تولید محصولات و محتوای فرهنگی همچنان با نیازهای واقعی کشور فاصله معناداری داشت؛ بنابراین برنامه ای پنج ساله تحت عنوان «سند تحول و تعالی دانشگاه» در سال ۱۴۰۰ در دستورکار قرار گرفت و همراهِ همان سال از این سند رونمایی شد. باتوجه به راه کنش سوم این سند «ترویج فرهنگ کسب و کار دانش بنیان و فرهنگ کارآفرینی و ارتقای توانایی علمی، فناوری و مهارتی افراد با تأکید بر نیازهای جامعه و ایجاد آمادگی جهت پذیرش مسئولیت های شغلی» دومین رویداد صنایع ملی خلاق در خردادماه سال ۱۴۰۱ همزمان با چهلمین سالگرد دانشگاه به صورت موازی با رویداد «عصر امید» برگزار شد که در آن حدود ۷۵۰ طرح ایده در حوزه صنایع خلاق از تمام واحدهای دانشگاه آزاد سراسر کشور ارسال شده و نزدیک و ۱۹۳ طرح از میان آنها انتخاب شد. همانطور که پیش تر گفتیم در رویداد اول ۶۰۰ اثر به دبیرخانه رویداد ارسال شد؛ اما در رویداد دوم باتوجه به اینکه داوری هایی نیز در خود استان ها انجام شد، این عدد به ۷۵۰ اثر رسید که بیانشگر رشد ۲۵ درصدی آثار ارسال شده است.

## تقاطع خلاقیت در بازارچه های صنایع خلاق

صنایع خلاق برای اولین بار با برگزاری یک رویداد ملی به متن فعالیت های فرهنگی دانشگاه راه پیدا کرد. اما آذرماه همان سال یعنی بعد از برگزاری دومین رویداد ملی در سال ۱۴۰۱ بخشنامه برگزاری این نمایشگاه ها به واحدها هم ابلاغ شد تا تولیدات خلاقانه و فرهنگی دانشجویان منسجم تر شود. بنابراین قرار شد این رویداد فقط در تهران نباشد بلکه به صورت برگزاری بازارچه هایی در دل واحدها دنبال شود. درواقع مسئولان دانشگاه آزاد برای آنکه بتوانند جمعیت بیشتری از دانشجویان را تحت پوشش قرار دهند، این جشنواره را به بازارچه صنایع خلاق تبدیل کردند. بازارچه ای که در آن دانشجویان با دیگر دانشجویان ارتباط گرفته و در این روند منجر به توسعه محصولات می شوند. مسئولان دانشگاه بر این باور بودند این بازارچه ها بستری لازم برای یادگیری بیشتر دانشجویان با فراهم می کنند. بنابراین در راستای همگانی شدن این فضا در دانشگاه های آزاد سراسر کشور بعد از دومین بازارچه صنایع خلاق، سامانه «آزاد چارسوق» در اسفند سال ۱۴۰۱ کار خود را آغاز کرد. در این بازارچه این امکان فراهم شد تا 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 حدود هزار و ۹۱۰ محصول به بانک اطلاعاتی ما توسط این بازارچه ها اعلام شد و تقریباً نزدیک به ۵۶۵ دانشجوی نیز به عنوان صاحبان آثار و محصولات معرفی شدند.

سامانه آزاد چارسوق برای خریدفروش محصولات دانشجویی است و کمک بزرگی برای برطرف کردن فاصله چرخه تولید محصولات و فروش آن برای دانشجویان است. این سایت به دانشجویان کمک می کند محصول خود را بدون هزینه به فروش برسانند و در حین تحصیل درآمد داشته باشند. قرار بود شبکه ای متشکل از هزار و ۸۷۰ محصول که از سوی دانشجویان در اپلیکیشن اپتا ایجاد شده به آزاد چارسوق منتقل شود؛ اما این فرآیند

به خوبی شکل نگرفت و تعداد محصولات کمتری به این سایت وارد شدند و حتی بعضی محصولات از نظر دسته بندی در دسته بندی مناسبی قرار نگرفته بودند. مثلاً در فناوری های نرم و صنایع رسانه ای هیچ محصول مرتبطی قرار نگرفته بود که این نشان از ضعف سامانه در ارائه محصولات رسانه ای دارد. صنایع هنری با ۲۳۹ محصول از کارآمدترین بخش های این بازارچه و سایت بوده است. صنایع و میراث فرهنگی با ۳۴ اثر برای فروش جایگاه بعد را کسب کرده است. بخش های هنری آفرینش و خدمات خلاق نیز پیشرو در این بخش بودند.

صنایع خلاق در چهار بخش کلی صنایع هنری، صنایع و میراث فرهنگی، فناوری های نرم و صنایع رسانه ای و آفرینش ها و خدمات خلاق برگزار می شود که صنایع هنری، خود دارای ۶ زیرمجموعه نقاشی، تذهیب، بوسترهای و گرافیک، داستان نویسی، عکاسی و هنرهای نمایشی است. صنایع و میراث فرهنگی شامل بحث جواهرات، اقالم زینتی، معماری و کاشی کاری، قالی و قالیچه، مینا کاری و خاتم کاری، قلم زنی و معرق و مشبک است. همچنین مراسم آیینی و جشنواره های فرهنگی در این بخش حضور دارد. فناوری های نرم و صنایع رسانه ای نیز مثل مستندات، کلیپ ها، انیمیشن ها، موشن گرافی، پادکست و نرم افزار مجازی و... است و در آفرینش ها و خدمات خلاق نیز بحث طراحی روی چرم، عروسک سازی و... دنبال می شود.

## از دوره سوم چه خبر؟

روند اجرایی سومین دوره بازارچه های صنایع خلاق نیز در روزهای اخیر با ابلاغ نامه مدیرکل فرهنگی دانشگاه آغاز شد. براساس ابلاغیه معاونت فرهنگی، مسئولان دانشگاه آزاد می خواهند با توجه به به برگزاری موفق بازارچه های صنایع خلاق در واحدهای دانشگاهی و استقبال خانواده دانشجویان آزاد از برگزاری سالانه این رویداد، برای سومین سال رویدادها و بازارچه های دانشجویی صنایع خلاق (در سطح واحدها و استان) را با یک رویه نظام مند و منسجم برگزار کنند. امسال معاونت فرهنگی و دانشجویی باتوجه به ظرفیت واحدها و استان ها سعی در شخصی سازی و هدفمند کردن صنایع خلاق دارد. قرار است در طول سال تحصیلی ۱۴۰۴-۱۴۰۳ حداقل دو بار این بازارچه به مدت زمان هر بازارچه ۱۵ روز کاری برگزار شود. امسال با بهره برداری از سایت آزاد چارسوق نظم بیشتری در فضای بازارچه جریان دارد.

شاید این سؤال مطرح شود که تفاوت این آیین نامه با آیین نامه قبلی چیست؟ آن طور که در آیین نامه جدید مطرح شده امسال تمام افراد شرکت کننده در بازارچه های فیزیکی صنایع خلاق واحد، ابتدا باید در سایت آزاد چارسوق که بستر فروش آنلاین محصولات دانشجویی زیر نظر معاونت فرهنگی و دانشجویی است؛ ثبت نام کنند و برای محصولات خود کد یکتا بگیرند و به صورت فیزیکی روی محصول خود چاپ کنند. با این کار هم سایت آزاد چارسوق رونق بیشتری می گیرد و بهتر و بیشتر شناخته می شود و هم امکان رصد و پرورش و رشد دانشجویان مستعد بیش از پیش فراهم می شود.

در طول برگزاری «بازارچه های دانشجویی صنایع خلاق» باید هدایتگری (منتورینگ)، توانمندسازی و برگزاری کارگاه های آموزشی دانشجویان مدنظر قرار گیرد. «اصول بازاربایستی محصول»، «تدوین طرح کسب و کار»، «تیم سازی»، «زیست بوم صنایع خلاق»، «روش های تأمین مالی

و تسهیلات» و «توسعه بازار و محصولات» و... از جمله سرفصل هایی است که در کارگاه ها در این رویداد نیز مانند سال های گذشته ۸۰ درصد از درآمد تیم ها و دانشجویان حاضر در «بازارچه های دانشجویی صنایع خلاق» به دانشجویان اختصاص داده می شود؛ اما برای حمایت از دانشجویان، معاونت فرهنگی و دانشجویی دانشگاه آزاد رویکرد جدیدی را در پیش گرفته است و به جای کمک های کوتاه مدت جزئی که ممکن است به صورت مقطعی به دانشجوی کمک کند، بستری رایگان برای فروش محصولات به دانشجویان داده می شود که سوددهی بیشتر و درازمدت در اختیارش می گذارد. همچنین معاونت فرهنگی در حال پیگیری، تبلیغات و برنامه ریزی، جهت شناخته شدن بیشتر و بالابردن بازدید آزاد چارسوق است تا در راستای بهره گیری از ظرفیت رسانه های محلی نیز قدمی برداشته باشد. این سایت روزانه ۴ هزار بازدید عمومی دارد که بستر مناسبی برای فعالیت های دانشجویی در عرصه کسب و کار است.

بخش	دسته بندی محصولات	تعداد
صنایع هنری	تابولی خوشنویسی	۶ محصول
صنایع هنری	نقاشی	۲ محصول
صنایع و میراث فرهنگی	جواهرات	۲۱ محصول
صنایع و میراث فرهنگی	مینا کاری	۱۲ محصول
صنایع و میراث فرهنگی	کاشی کاری	۱ محصول
آفرینش و خدمات خلاق	عروسک	۱۷ محصول
آفرینش و خدمات خلاق	چرم	۹ محصول

آن طور که فرزاد جهان بین، معاون فرهنگی و دانشجویی دانشگاه آزاد به «فرهیختگان» گفته است داوری این دوره، مانند سال های گذشته نیست و پس از تبدیل رویداد به بازارچه، رقابت دانشجویان به نوع دیگری دنبال می شود و به جای ارسال آثار، نیروهای معاونت وارد بازارچه شده و گروه های مستعد و برجسته را شناسایی و حمایت می کنند. درواقع دانشجویان در درون زیست بوم شناسایی می شوند و سپس رشد پیدا می کنند.

حمید مهدیون، مدیرکل فرهنگی و اجتماعی دانشگاه آزاد نیز در این باره می گوید: «رویداد صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی در ۲ سال اول به صورت مسابقه و داوری و... برگزار شد که برای شناسایی افراد مستعد در دانشگاه رویکرد مشابه با باقی جشنواره های فرهنگی را دنبال می کرد. ولی در ۳ سال اخیر این رویداد به بازارچه های صنایع خلاق در واحدهای دانشگاهی تبدیل شده است که زمینه عرضه زحمات و تولیدات دانشجویان عزیز فراهم شده است. این مهم سبب رشد مهارتی دانشجویان می شود و از طرفی در کنار کسب و ارتقای مهارت، امکان فروش محصولات و رونق کسب و کار را در واحدها فراهم ساخت. این بازارچه ها به مراتب طیف وسیع تری از افراد را شامل می شوند. در شیوه نامه بازارچه ها آمده است پس از شناسایی افراد مستعد در این حوزه به منظور منتورینگ و هدایتگری آنان در واحدهای دانشگاهی و حین برپایی بازارچه ها، دوره های آموزشی صنایع خلاق نیز توسط هیئت علمی دانشگاه برگزار شود. با نظر نیز از دیگر سایت هایی است که در این دوره از بازارچه نقش اثرگذاری ایفا می کند و پس از برگزاری دانشگاه ها موظف به تکمیل کردن اطلاعات خود در این سایتند که می تواند باعث قابل استناد بودن فعالیت شرکت کنندگان در سامانه بافر و کارنامه فرهنگی واحدها باشد.



**نگین دوم**

**آگهی مزایده عمومی**

رایان ونک، طبقه هفتم، واحد ۷۰۱، واحد کمیسیون معاملات - ایلام، چوار، نرسیده به روستای آبرآ، شرکت پتروشیمی ایلام، ساختمان مدیرییت - واحد کمیسیون معاملات

- بازدید از اقلام مزایده به صورت حضوری با درخواست کتبی، بلا مانع است.

مزایده گر لازم است توانایی تودیع ضمانتنامه شرکت در مزایده به میزان سی میلیارد ریال را داشته باشد.

سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مزایده آمده است.

در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر مزایده گران می توانند با شماره تلفن: ۰۸۴۳۳۹۳۰۰۰۰ داخلی ۳۰۰۳ و یا تلفن همراه: ۰۹۹۱۲۰۵۳۷۵۶ تماس حاصل فرمایند.

**آدرس:** ایلام - چوار - نرسیده به روستای آبرآ - شرکت پتروشیمی ایلام.

**تلفن:** ۰۸۴۳۳۹۳۰۰۰۰ داخلی: ۳۰۰۳ **تلفکس:** ۰۸۴۳۳۷۲۳۹۴۸

**کد پستی:** ۶۹۳۶۱۵۹۷۰

**موضوع مزایده:** فروش **Fitting (Elbows 45/90) مزاد در سایزها و جنس های مختلف با استاندارد های ساخت متفاوت شماره مزایده: 009-03-A-ILPC**

**شرکت پتروشیمی ایلام** به استناد مجوز صادره از کمیسیون معاملات در نظر دارد مطابق مشخصات درج شده در اسناد مزایده فروش با استانداردهای ساخت متفاوت خود را به مزایده بگذارد. لذا بدینوسیله از مزایده گران واجد شرایط دعوت می گردد از تاریخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۱ به نشانی ذیل:

- [www.ilampetro.com](http://www.ilampetro.com) بخش کمیسیون معاملات / زیر بخش مزایده

مراجعه و نسبت به دریافت اسناد مزایده اقدام و حداکثر تا ساعت ۱۶:۰۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۳ هر سه پاکت های الف، ب و ج خود را فقط به صورت فیزیکی در پاکت های مهر و موم شده به یکی از دو نشانی ذیل تحویل دهند: تهران، میدان شیخ بهائی، پلاک ۱۸، ساختمان

**نگین دوم**

**آگهی مناقصه**

**نوبت دوم**

مشخصات مناقصه:

نام مناقصه	شماره تقاضا	شرح تقاضا	شماره فراخوان	مبلغ برآورد (یورو)	مبلغ تضمین (یورو)
کیزر	مناقصه	PARTFOR CATERPILLAR ENGINE C15	۲۰۳۰۹۲۹۸۵۰۰۰۷۳۵	۱,۶۲۱,۰۷۴	۵۶,۷۵۷

شرکت ملی حفاری ایران  
ایران  
FPPV-۲۳۱۰۵۷

روشن آزیایی، براساس کسب حداقل امتیاز مربوط به معیارهای موجود در استعلام های ارزیابی کیفی که توسط متقاضیان شرکت در مناقصه تکمیل می شود، انجام می گردد. (حداقل امتیاز: ۵۰)

تاریخ شروع دریافت: توزیع اسناد از یک روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم آغاز شده و تا ۱۰ روز پس از آن ادامه خواهد داشت. تاریخ شروع: (از ۱۴۰۳/۰۸/۰۱ لغایت ۱۴۰۳/۰۸/۱۹)

محل دریافت: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی [www.setadim.ir](http://www.setadim.ir)

آخرین مهلت: ۱۴ روز پس از آخرین روز دریافت اسناد ۱۴۰۳/۰۸/۱۳

انواع تضمین قابل قبول: ضمانتنامه بانکی یا ضمانتنامه های صادره از سوی مؤسسات اعتباری غیربانکی دارای مجوز فعالیت از بانک مرکزی اصل فیض واریز وجه نقد به حساب شماره ۰۳۷۶۶۳۳۶۳۰۳۳۰۱۱۱۴ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تحت عنوان تمرکز وجوه سپرده شرکت ملی حفاری ایران (شماره شبانه ۰۳۷۶۶۳۳۶۳۳۰۳۳۰۱۱۱۴ و ۰۳۷۶۶۳۳۶۳۳۰۳۳۰۱۱۱۴) و سایر تضمین های معتبر در آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۵۰۶۵۹ ت/ ۱۳۳۲۱/ مورخ ۹۲/۰۹/۱۳ موز قبول و اعتبار اولیه قابل پذیرش می باشد.

تذکر: تحویل اسناد به شرکت: کلیه پیشنهادات در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی [www.setadim.ir](http://www.setadim.ir) بارگذاری گردد واصل ضمانتنامه به آدرس اهرآ - بلوار پاسداران بالاتر از میدان فروگه - شرکت ملی حفاری ایران - ساختمان پایگاه عملیاتی - طبقه اول پارت B - اتاق ۱۷ - دبیرخانه کمیسیون مناقصات - شماره تماس: ۰۳۲۱۹۵۵۹ - ۰۶۱-۳۲۱۲۸۵۸۰ تحویل گردد.

[www.nfidc.ir](http://www.nfidc.ir) <http://sapp.ir> <http://nfidc.pir>

کانال های اطلاع رسانی شرکت ملی حفاری ایران

شماره شناسه ۱۸۱۲۵۶۶

**مجری انحصاری تبلیغات دانشگاه آزاد اسلامی**

کانون تبلیغاتی **سیاهر جوان**

۰۹۳۹۸۸۸۸۸۶۹۹