



شناسنامه پژوهش

نوع گزارش:

حوزه:

عنوان:

نویسنده و پژوهشگر:

ناظر علمی:

مدیر طرح:

طراحی گرافیک:

تاریخ انتشار:

تهیه شده در:

کارفرما:

تحلیلی - سیاستی

صنایع فرهنگی و خلاق

«ترسیم وضعیت صنعت نوشت افزار در ایران»

امیر یار بیگی درویشوند

محمد علی امینی

زهره اکبری

علی حسینی

آذر ۱۴۰۲

اندیشکده حکمروایی فرهنگی و صنایع خلاق پژوهشکده سیاستگذاری دانشگاه صنعتی شریف

صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق - معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

از سلسله گزارش های ارتقاء تاب آوری ملی و رقابت پذیری بین المللی با اتکاء به توانمندی های شرکت های خلاق و دانش بنیان در حوزه های صنایع فرهنگی و خلاق و تطبیق با سند ملی توسعه ی فناوری های فرهنگی و نرم



◆ مقدمه

صنایع فرهنگی و خلاق (Cultural and Creative Industries) به عنوان یکی از صنایع پرسود فرهنگی و اقتصادی، سهم ویژه‌ای در رونق تولید ملی، ثروت‌آفرینی و اشتغال‌زایی هر کشور ایفا می‌کند. این صنعت از یک سو، زاینده تراوشات فکری و خلاقیت انسان و حامل ارزش‌های مهم فرهنگی است و از سوی دیگر دارای بهای اقتصادی نیز هست. برخورداری صنایع خلاق از ماهیت نرم و فرهنگی و قابلیت اقتصادی، موقعیت ویژه‌ای به آن می‌بخشد، به گونه‌ای که یکی از عرصه‌های مهم تحقق و پویایی توسعه پایدار، محسوب می‌شود. بر اساس آخرین آمار از مؤسسه یونسکو، حجم بازار صنایع خلاق از تولید ناخالص جهانی به میزان ۳/۱ درصد است و ۶/۲ درصد از کل اشتغال را تشکیل می‌دهد. رشد پرشتاب تولید، توزیع و مصرف کالاها و محصولات خلاق که به ویژه به واسطه پیشرفت فناوری و گسترش نوآوری حاصل شده است، اهمیت و پیچیدگی اثربخشی بر سبک زندگی مردم یا حتی تغییر آن را دوچندان کرده است. به ویژه آنکه این صنایع، اساساً ماهیت فرامرزی داشته و بنا بر همان قاعده سرعت چشمگیر فناوری به ابعاد گسترده‌ای از زندگی مردم ورود پیدا کرده است.

امروزه ارتقاء تاب‌آوری ملی به معنای پایداری جامعه در عرصه‌های مختلف در مقابل مخاطرات موقت یا دائم به یکی از دغدغه‌های اصلی

نظام‌های حکمرانی مبدل شده است. شواهد نشان می‌دهد با اتکاء به ظرفیت صنایع فرهنگی و خلاق می‌توان پایداری جامعه را به موجب استفاده بهینه از دانش، مهارت و خلاقیت انسان و جذب تخصص‌های نوین در واکنش به نیازهای فوری، بهبود بخشید و موجبات به‌گشت به شرایط طبیعی را فراهم کرد.

از سوی دیگر صنایع فرهنگی و خلاق به دلیل بهره‌مندی از توان افزون صادرات کالا و خدمات فرهنگی به عنوان عنصر محرک برای رقابت در بازار جهانی شناخته می‌شوند. این مهم می‌تواند سکوی پرتابی برای تقویت فرآیند تولید و کیفیت محصولات فرهنگی جهت ادغام در اقتصاد جهانی باشد.

در مجموع باید گفت توجه به صنایع فرهنگی و خلاق در سیاست‌گذاری‌های دولت‌ها می‌تواند نقش پررنگی در پیشرفت و افزایش ثروت ملی، توسعه فرهنگی، ارتقاء تاب‌آوری ملی و افزایش ظرفیت رقابت‌پذیری بین‌المللی ایفا کند.

این گزارش به طور کلی بر آن است تا با ارائه دانش و تجربیات موجود به بررسی وضعیت انواعی از صنایع فرهنگی و خلاق بپردازد تا بدین طریق بتوان نقشه راهی برای ارتقاء تاب‌آوری ملی و توسعه رقابت‌پذیری بین‌المللی ترسیم کرد. گونه‌شناسی صنایع فرهنگی و خلاق از ابتدای شکل‌گیری و بسط این مفهوم، وابسته به ساختارهای جوامع، متکثر بوده و در عین حال از اشتراکاتی نیز برخوردار است. ملاحظات شناختی نسبت



به دسته‌بندی صنایع خلاق، همواره سیر تکوینی خود را طی می‌کند اما در یک تقسیم‌بندی می‌توان صنایع فرهنگی و خلاق را در اشاره به صناعی چون صنایع دستی، معماری، هنرهای تجسمی، نوشت افزار، موسیقی، گردشگری، کمیک استریپ (پی‌نمایی) و طراحی صنعتی تقسیم‌بندی کرد. پیرو دسته‌بندی فوق، هر گزارش به صورت جداگانه و ناظر بر یکی از انواع صنایع فرهنگی و خلاق اما در یک مسیر و پیوستار منظم و مشخص ساخته و پرداخته شد. توصیف ادبیات موضوع، تشریح دقیق وضعیت صنعت از طریق بررسی سیمای اقتصادی، شناسایی بازیگران اصلی، شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، استارت‌آپ‌ها، نهادها و ذینفعان داخلی و مطالعه و بررسی روندهای پشاروی صنعت به عنوان یکی از اهداف اصلی هر گزارش مدنظر قرار گرفت. نکته آنکه در عمده مراحل نگارش گزارش، مرور تجربیات جهانی (با اتکاء ویژه در بخش سیمای اقتصادی) و بررسی موقعیت ایران در عرصه بین‌المللی در نظر گرفته شد.

یکی از نقاط اتکاء هر گزارش، احصاء مهم‌ترین چالش‌های صنعت، مبتنی بر هفت بخش نظام نوآوری (آموزش و پژوهش، مخاطب و مصرف، بازار و فروش، تولید و اشتغال، نظارت و ارزیابی، تأمین مالی، ترویج و گفتمان‌سازی) است که به موازات آن راهبردهای سیاستی، مبتنی بر هفت بخش فوق ارائه شد. به منظور نائل آمدن به اهداف این دو فصل محوری، از یک طرف مانند سایر بخش‌های گزارش، مطالعه کیفی و انجام روش اسنادی (استفاده از اطلاعات و مدارک موجود

کتابخانه‌ای شامل جستجوی اینترنتی منابع علمی و پایگاه‌های داده) مدنظر قرار گرفت و از طرف دیگر مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته با فعالین هر صنعت (صاحب‌نظران و پژوهشگران، مسئولین دولتی، فعالین بخش خصوصی، اصناف و...) انجام شد و اطلاعات حاصل از منابع و داده‌های میدان پژوهش در یک فرآیند رفت و برگشتی قوام یافتند.

مهم‌ترین چالش‌های صنعت و راهکارهای متناظر با هریک، به طریقی دیگر، به‌گونه‌ای نظام‌مند با رویکردی آینده‌نگر و در سطوح بالاتری از تحلیل در قالب جدول SWOT گنجانده شدند. بخش نهایی گزارش بررسی وضعیت هر صنعت به ایجاد تناسب بین نقش و کارکرد ستاد توسعه فناوری‌های نرم و صنایع خلاق ذیل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری (در جایگاه کارفرمای پروژه) در رفع چالش‌های این صنعت و توسعه درون‌زا و برون‌زای آن اختصاص یافت و تلاش پژوهشگران، عرضه راهبردهای عملگراییانه به ستاد در موضوع مطروحه بوده است. باید اشاره داشت، این فرآیند به واسطه ارتباط مکرر با ستاد و ارائه گام به گام پروژه و دریافت نظرات مسئولین آن مجموعه، صورت پذیرفت.

اندیشکده حکمروایی فرهنگی و صنایع خلاق
پژوهشکده سیاستگذاری دانشگاه صنعتی شریف

فهرست

فصل اول: مرور ادبیات نظری

فصل دوم: تشریح سیمای اقتصادی صنعت نوشت افزار

فصل سوم: تجربه نگاری صنعت نوشت افزار

فصل چهارم: روندهای پیش روی صنعت نوشت افزار

فصل پنجم: نداشت نهادی صنعت نوشت افزار

فصل ششم: احصاء چالش های پیش روی صنعت

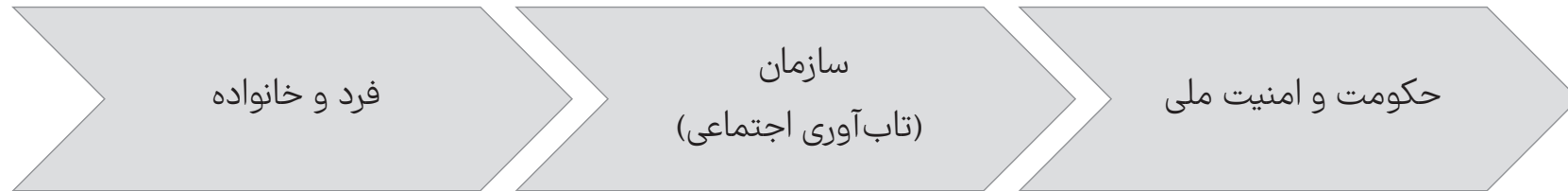
فصل هفتم: ارائه راهبردهایی در راستای بهبود وضعیت صنعت نوشت افزار کشور

مرور ادبیات نظری

- 
- ❑ تاب آوری ملی ورقابت پذیری بین المللی
 - ❑ صنایع فرهنگی و خلاق
 - ❑ نوشت افزار به مثابه ی نمودی از صنایع فرهنگی
 - ❑ چیستی نوشت افزار
 - ❑ سیر تاریخی صنعت در جهان و ایران
 - ❑ گونه شناسی نوشت افزار
 - ❑ مرچندایزینگ و صنعت نوشت افزار



سیر مطالعاتی مفهوم تاب آوری



تعاریف تاب آوری

- ✓ ظرفیت یک سیستم در تحمل ناآرامی، دستخوش تغییر شدن و حفظ همان عملکرد، ساختار، هویت و بازخوردها
- ✓ ظرفیت یک سیستم برای بقا، سازگاری و رشد در مواجهه با تغییر و بی‌ثباتی
- ✓ توانایی سیستم‌ها در تحمل تغییرات ... و با وجود آن، بقا یافتن

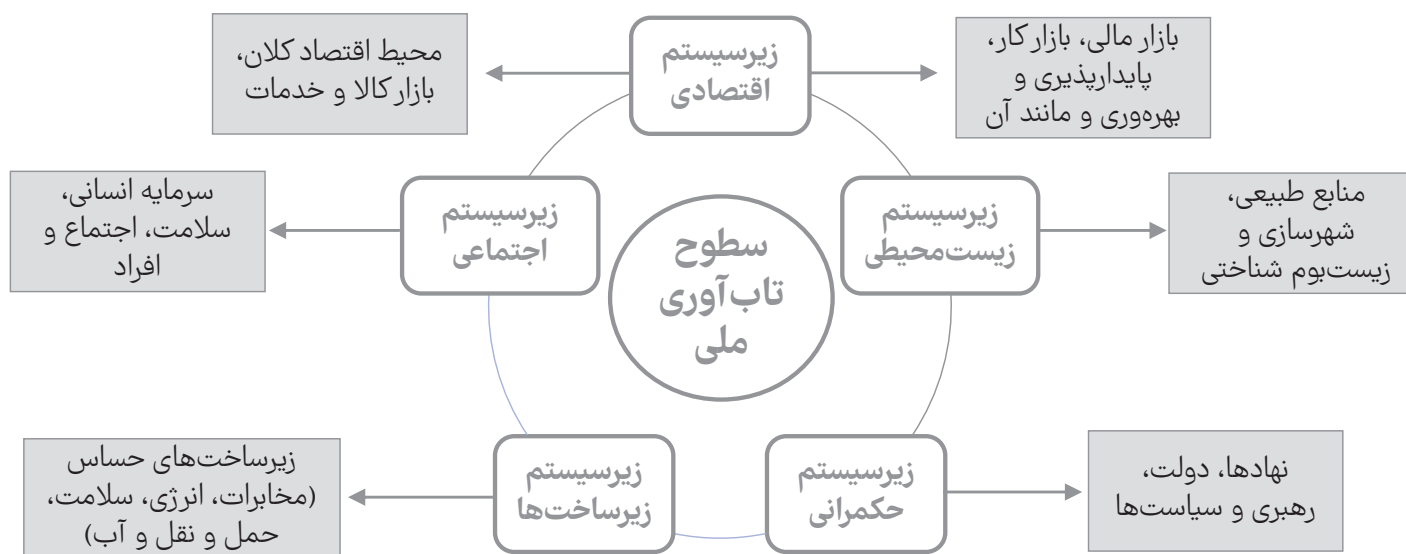
ارتقاء ملی
تاب آوری
و ثبات
بین‌المللی



تاب آوری ملی (national Resiliency)

پایداری و قوت جامعه در حوزه‌های مختلف

جامعه‌ای تاب آور است که بتواند مخاطرات موقت یا دائم را جذب کرده و خود را با شرایط به سرعت در حال تغییر انطباق دهد، بدون اینکه ثبات یا کارکرد خود را از دست بدهد.



گلوردی، ۱۳۹۶؛ غیاثوند، ۱۳۹۳؛ آهنگری و همکاران، ۱۴۰۱

ارتقاء ملی
تاب آوری
و قابلیت
بین المللی



انواع مخاطرات و ضرورت تاب آوری ملی



گل‌وردی، ۱۳۹۶؛ غیاثوند، ۱۳۹۳

ارتقاء ملی
تاب آوری
و قابلیت تدبیر
بین‌المللی



ویژگی‌های تاب‌آورانه در سطح ملی

۱. **استحکام** (Robustness): مفهوم قابلیت اطمینان را در خود دارد و به توانایی جذب و تاب‌آوردن در مقابل آشفتگی‌ها و بحران‌ها اشاره دارد.

۲. **افزونگی** (Redundancy): افزونگی، داشتن ظرفیت اضافی و سیستم‌های پشتیبانی است که در صورت بروز آشفتگی‌ها، امکان حفظ کارکردهای محوری را می‌دهد.

۳. **پرتدبیری** (Resourcefulness): به معنی توان سازگاری با بحران، انعطاف در پاسخدهی و در صورت امکان تبدیل پیامدهای منفی به پیامدهای مثبت است. مفروض این مؤلفه آن است که چنانچه نهادها در سطح ملی و سیستم‌های حکمرانی به چالش کشیده شوند، یا از کار بیفتند، اگر صنایع و اجتماعات توانسته باشند در درون شبکه‌های خود اعتماد را تعبیه کرده باشند و قادر به خودسازماندهی باشند، احتمال اینکه به صورت خودجوش واکنش دهند و چاره حل چالش‌های پیش‌بینی نشده را کشف کنند، بالاتر خواهد رفت. از جمله مؤلفه‌های خودتدبیری، ظرفیت خودسازماندهی، خلاقیت و نوآوری است.



توسعه صنایع فرهنگی و خلاق = ارتقاء تاب‌آوری ملی

- پایدارسازی سیستم به موجب استفاده بهینه از دانش، مهارت و خلاقیت انسان و جذب تخصص‌های نوین در واکنش به نیازهای فوری
- بهبود و تقویت سطوح تاب‌آوری ملی به ویژه در زیرسیستم‌های اقتصادی، زیست‌محیطی و حکمرانی
- افزایش ظرفیت سیستم در مقابل مخاطرات بیرونی و آسیب‌ها از طریق ساماندهی مجدد و سازگاری با روش‌های جدید و نوآورانه
- توانایی بالقوه در به‌گشت به شرایط طبیعی و اولیه به واسطه برخورداری از ویژگی‌هایی چون خودسازماندهی، خلاقیت و نوآوری

ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی

رقابت پذیری بین المللی

صنایع فرهنگی و خلاق:

توان افزایی صادرات کالاها و محصولات فرهنگی

ایجاد زمینه برای پایدارسازی بازار مالی و بازار کار برای ورود به عرصه بین الملل

فراهم سازی محیط رقابتی برای کسب و کارهای دارای ظرفیت ادغام در اقتصاد جهانی

تقویت بازارپردازی فرهنگی (مرچندایزینگ) محصولات و رای مرزهای ملی

کاربرد در تحلیل عملکرد اقتصاد کشورها

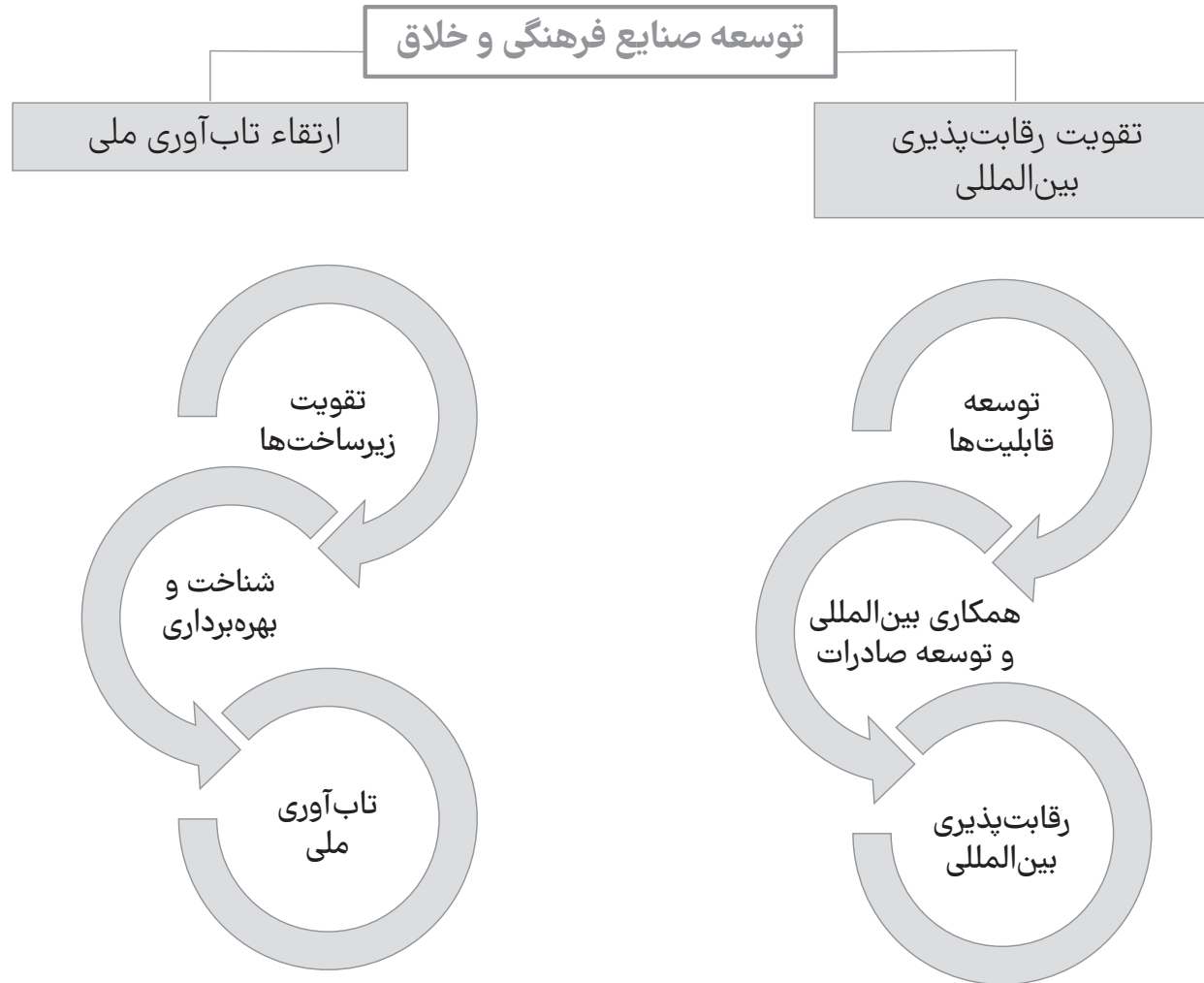
معیاری برای مقایسه مشخصه های اقتصادی مهم اثرگذار بر بهبود روند تجارت بین الملل

وسیله ای برای تحلیل و پیش بینی خطمشی ها و روند تجارت بین الملل

مجربایی برای ارتقاء ظرفیت ابداع تکنولوژی، میزان تخصصی بودن تولید، کیفیت تولیدات و ارزش خدمات پس از فروش

منتفع از ادغام در اقتصاد جهانی به واسطه دسترسی آسان تر به بازارهای خارجی

رشنودی و همکاران، ۱۳۹۸؛ مصری نژاد، ۱۳۸۹؛ طیبی و همکاران



ارتقاء ملی
تاب آوری
تقویت پذیر
بین المللی

صنایع فرهنگی و صنایع خلاق

مفهوم	پیشینه تاریخی	تعریف
صنایع فرهنگی	شکل‌گیری مفهوم بعد از جنگ جهانی دوم توسط مکتب فرانکفورت	صنایع فرهنگی به صناعی اطلاق می‌شود که به تولید کالاهای فرهنگی (کالاهایی که از یک نماد یا ارزش نمادین برخوردارند و برآیند خلاقیت جمعی یا فردی‌اند؛ اعم از کتاب، موسیقی، فیلم و ...) می‌پردازند.
صنایع خلاق	جایگزینی مفهومی توسط دولت استرالیا در دهه ۱۹۹۰	صنایع خلاق، عبارتند از بخش‌هایی از فعالیتهای سازمان‌یافته که هدف اصلی آنها تولید یا بازتولید، ترویج، توزیع یا تجاری‌سازی کالاهای خدمات و فعالیتهای محتوایی است که از ریشه‌های فرهنگی، هنری یا میراثی گرفته شده است.

DCMS, 2001; UNITED NATIONS, 2004; UNESCO, 2018 ; Wikstrom, 2009
 1393؛ کی‌قبادی، 1393،



تقدم زمانی شکل‌گیری مفهوم صنایع فرهنگی نسبت به صنایع خلاق

شکل‌گیری و بسط مفهوم صنایع فرهنگی در یک بستر نظری (خاستگاه: مکتب فرانکفورت)

شکل‌گیری و بسط مفهوم صنایع خلاق در یک بستر ساختاری و نهادی (خاستگاه: دولت استرالیا)

صنایع فرهنگی دارای رویکرد انتقادی (نقد به صنعتی‌شدن، بت‌وارگی یا کالاشدگی فرهنگ)

صنایع خلاق دارای رویکرد توسعه‌گرا (برجسته‌ترکردن بعد اقتصادی و خلق ثروت با موتور محرکه خلاقیت و نوآوری)

تقویت ظرفیت مفهومی صنایع خلاق با پاره‌ای از حوزه‌های نوظهور نظیر رسانه‌های مبتنی بر وب، بازی‌های رایانه‌ای و حتی پژوهش



در هم‌تنیدگی مفهوم صنایع فرهنگی و صنایع خلاق
صنایع خلاق ناظر بر انواع خاصی از صنایع است که ذیل صنایع فرهنگی قرار می‌گیرند.

ارتقاء ملی
تاب‌آور
نقاب‌پذیر
بین‌المللی

انواع صنایع فرهنگی و خلاق (خوشه‌های هشت‌گانه بررسی شده در این پروژه)



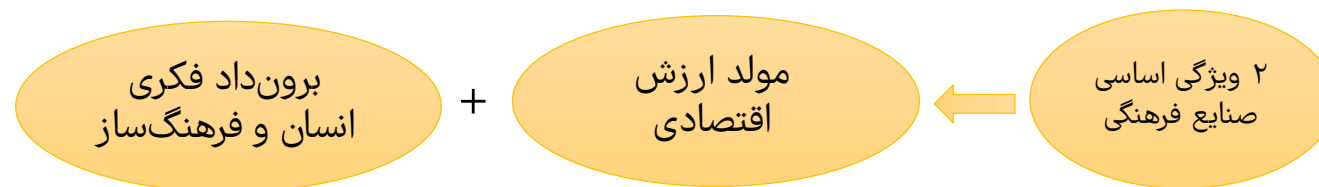


صنایع فرهنگی و خلاق

توضیح: امروزه فرهنگ در یک تعریف گسترده و موسّع تمامی امور زندگی را در برمی گیرد. به یک معنا فرهنگ همه‌ی نرم افزار و محتوای زندگی بشری است. محتوایی که حتی ضروری ترین امور زندگی مانند مسکن پوشاک و خوراک را تحت تاثیر مستقیم قرار می دهد. آنچه که تعیین می کند انسان ها چگونه زندگی کنند و دنیا به چه صورت اداره شود و به چه سمتی حرکت کند، فرهنگ است.

از این روست که در دنیا بخش قابل توجهی از اولویت ها، فعالیت ها و برنامه ریزی کشورها و نخبگان در حوزه ی فرهنگ است. از سینما گرفته تا فضای مجازی تا سبک زندگی هایی که در همه ی امور زندگی قابل مشاهده هستند. این چرخه ی عظیم برای اینکه بتواند مسیر خود را ادامه بدهد مانند هر حوزه دیگری طبیعتاً با ساحت اقتصاد و صنعت آمیزش یافته است.

صنایع فرهنگی، صناعی هستند که در آن ها کالاها و خدمات فرهنگی در مقیاس وسیع و به صورت صنعتی یا تجاری تولید، بازتولید، انبار و توزیع می شوند.



منبع: رضایی، صدیقه. (۱۳۹۲). درآمدی بر نظام نوآوری صنایع فرهنگی

ارتقاء ملی
تاب آور
و رقابت پذیر
بین المللی



یک مناقشه‌ی نظری

توضیح: مفهوم صنعت فرهنگ و صنایع فرهنگی در ابتدای راه خود، پس از جنگ جهانی دوم به مثابه نوعی نقد ساختارشکن و گزنده علیه اصطلاح سرگرمی انبوه از سوی اعضای مکتب فرانکفورت که تئودور آدورنو و ماکس هورکهایمر آن را رهبری می‌کردند، پدیدار شد و سپس توسط دیگر افراد این حلقه چون هربرت مارکوزه مورد مطالعه و مذاقه‌ی بیشتر واقع شد. در آن زمان این باور وجود داشت که فرهنگ و صنعت دو مقوله‌ی متضادند و صنعتی‌سازی فرهنگ به معنی تولید انبوه کالاهای فرهنگی مانند فیلم‌های سینمایی یا موسیقی و صرفاً با هدف سرگرم‌سازی مردم، حاصلی جز ابتذال فرهنگی ندارد.

توضیح: مکتب بیرمنگام با وجود داشتن مشترکاتی چون خاستگاه اروپایی و آکادمیک و همچنین رویکرد انتقادی به پدیده‌ها با فرانکفورتی‌ها، در نظرگاه خویش به فرهنگ در جانب متفاوتی با آن قرار می‌گیرد. مطالعات فرهنگی ضمن رد نگاه خصمانه به فرهنگ توده‌ای، با روی‌آوری به فرهنگ عامه‌پسند، «این تلقی را که فرهنگ والا منبع ارزش‌هاست و فرهنگ عامه فرهنگی پست، باطل می‌داند و در مقابل به فرهنگ عامه و پیوند آن با روابط و مناسبات قدرت می‌پردازد. مکتب بیرمنگام در برابر سنت نخبه‌گرا استدلال می‌کرد که فرهنگ والا تنها جنبه‌ای از فرهنگ است. مطالعه‌ی فرهنگ باید شامل فرهنگ عامه‌پسند باشد که در میان توده‌ی مردم رواج دارد.

مکتب فرانکفورت

مکتب بیرمنگام

تکثیر انبوه کالای فرهنگی برابر است با تحمیق توده و تثبیت قدرت

توده برداشت و اثر منحصر خود را از محصول فرهنگی دارد

منبع: رهنما، آذر و شریف‌زاده، محمد. (۱۳۹۸). پژوهش فلسفی در باب نقش رسانه‌ای هنر گرافیک بر اساس نظریه‌ی صنعت فرهنگ مکتب فرانکفورت

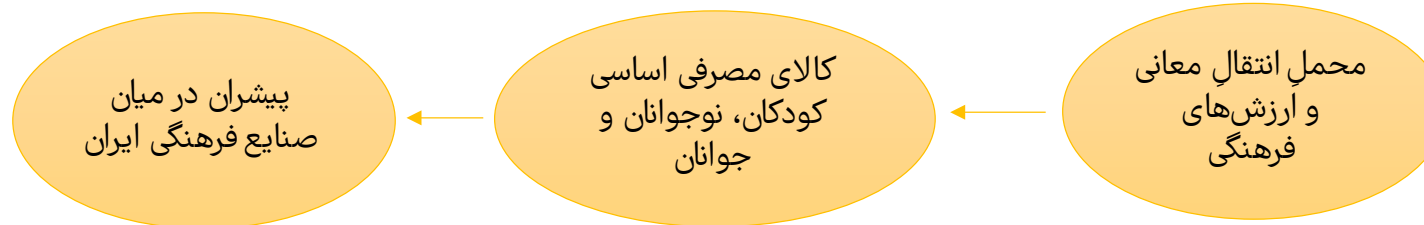


نوشت افزار به مثابه نمودی از صنایع فرهنگی

توضیح: نوشت افزار یکی از محصولات جدی صنایع فرهنگی محسوب می‌شود. در واقع در زمره‌ی محصولات محسوب می‌گردد که جدا از ذات محصول و ارزش اقتصادی به دنبال آورنده، در بردارنده و محمل انتقال معانی فرهنگی و محتوایی و ارزشی است. به تعبیری دیگر، نوشت افزار علاوه بر آن که ابزار علم‌آموزی و سوادآموختن و در مسیر آگاهی است، کارکرد رسانه‌ای و فرهنگی نیز دارد و به عنوان یک کالای فرهنگی شناخته می‌شود و اکنون نقش و اهمیت بعد فرهنگی و جامعه‌پذیری آن در نزد دولت‌ها و سیاست‌گذاران غیرقابل انکار است. برای مثال، وقتی با الهام از شخصیت‌های کارتونی یا سینمایی و همچنین افراد مشهور، کاراکتری در دنیای نوشت افزار خلق می‌شود، چه‌بسا که آن مبدل به قهرمان و الگوی مصرف‌کنندگان آن به ویژه کودکان شود، کودکان و نوجوانان در بطن جهان داستانی آن قرار گیرند و موضوع همزادپنداری پررنگ شود.

توضیح: در واقع، اهمیت فرهنگی صنعت نوشت افزار در یک سامان سیاسی و اجتماعی، عطف به جامعه‌ی مصرف و بهره‌بری آن که بیشتر ناظر بر کودکان و نوجوانان و جوانان است، بر این پایه است که یک محصول فرهنگی چون نوشت افزار در نهایت باعث یک برون‌داد رفتاری در مخاطب و مصرف‌کننده‌ی خویش می‌شود، به تدریج این رفتارها تبدیل به هنجار شده و این هنجارها نیز در نهایت فرهنگ او و این سامان را می‌سازد. بنابراین می‌شود گفت که هر محصول فرهنگی (درین جا نوشت افزار) که قرار است بار و محتوایی که در خود دارد (کاراکتر خلق شده بر محصول و جهان داستانی‌اش) را انتقال دهد، فرهنگ‌ساز است.

ارتقاء ملی
تاب‌آور
ثبات‌پذیر
بین‌المللی





سه شاخصی صنعت نوشت افزار ایران

تثبیت به عنوان یک کالای فرهنگی

جلب توجه سیاست گذار

مروج مصرف کالای ایرانی

ارتقاء
تاب
ثبات
بین
الملل

توضیح: در سال های گذشته، خاصه یک دهه ی گذشته، صنعت نوشت افزار جایگاه متفاوتی نسبت به پیش از آن یافت؛ تولیدکنندگان زیادی سربر آوردند، واردکنندگان پیشین واردات را ترک گفتند و تولید را پیشه کردند، محتوای ایرانی اسلامی و بومی به محصولات نوشت افزار راه یافت، تشکلهای صنفی صنعت بیش از پیش تثبیت شدند، شاهد رویدادها و نمایشگاه متداوم بخش های مختلف زنجیره ی ارزش صنعت بودیم و در ساختار وزارت صمت هم دفتری متمرکز بر نوشت افزار شکل یافت. همه ی این موارد نشان از بروز تغییرات جدی داشته اند.

به طور کلی سه مشخصه ی اساسی صنعت نوشت افزار کشور را اکنون می توانیم این گونه برشماریم:



نوشت افزار

توضیح: نوشت افزار یا نوشت ابزار یا معادل آن در زبان عربی یعنی لوازم تحریر (گویا وجه تسمیه آن در زبان عربی، به نقشی که نوشت افزارها در آزادی بخشیدن به آدمیان از بند جهالت و نادانی داشته اند، برمی گردد)، در لغت نامه‌ی دهخدا به این صورت مضبوط شده است: «ابزار نوشتن، وسایلی که با آن می نویسند از قبیل کاغذ، قلم، مداد، جوهر و» (دهخدا، بی تا). پیش ترها مراد از نوشت افزار صرفاً ابزارهایی بودند که در امر نوشتن به کار آدمی می آمدند اما با گسترده‌ی بازار نوشت افزار و وجوه مختلف یافتن کاربردهای آن، تاکید بر صرف وجه نوشتاری در ارائه‌ی تعریفی از آن، ناپسند می نماید.

توضیح: در یک تعریف گشوده و با فراروی از درنگ محض بر لوازمی که صرفاً رابطه‌ای با امر نوشتن دارند، می توان نوشت افزار را مجموعه‌ی گسترده‌ای از ابزارها دانست که برای نگارش، طراحی، تبلیغات، هدیه، نقش بر بستن، ترسیم اشکال هندسی، لوازم بایسته‌ی تحصیلی و مراکز آموزشی از جمله مدارس و دانش گاهها و رتق و فتق امور اداری به کار گرفته می شوند. بنابراین، علاوه بر وسایل پرکاربردی چون خودکار، مداد، دفتر، کاغذ و پاک کن که از جمله پرکاربردی ترین و پرفروش ترین انواع نوشت افزارها هستند، لوازمی هم که در کارهای هنری، خوشنویسی و مهندسی مورد استفاده قرار می گیرند، در زمره‌ی محصولات صنعت نوشت افزار در نظر گرفته می شوند.



امروزه دیگر نوشت افزار صرفاً بر محصولات نوشتن یا کاغذ اطلاق نمی شود و گستره‌ی قابل توجهی از اقلام را در برمی گیرد. درین جا یک نمونه کلربوک و نیز یک کارت پستال را مشاهده می کنیم.

ارتقاء
تاب
تقویت
بین المللی

چیستی نوشت افزار

توضیح: علی‌رغم پیش‌رفت‌ها و نوآوری‌هایی که در خلق و تولید اقلام نوشت‌افزار پدید آمده و نیازهای فزاینده و جدید بشر، به طور کلی می‌توان کارکرد همه‌ی محصولات که ذیل صنعت نوشت‌افزار

طبقه‌بندی می‌شوند را این‌گونه دید: یا برای ثبت یا تسهیل ثبت یک محتوا به کار می‌روند یا این‌که در نگهداری و حفظ و ضبط آن کارا هستند .

مجموعه‌ی گسترده‌ای از ابزارهای نوشتن و حفظ و نگهداری یک محتوا یا کمک به حصول این مقاصد

ثبت؛ نوشتن
خودکار، مداد

ضبط؛ نگهداشت
کاغذ

کارکردهای اصلی
نوشت‌افزار

ارتقاء
تاب‌آور
وقایت
بین‌المللی



سیر تطوّر نوشت افزار

۱- تولّد نوشت افزار؛ «لوح های گلی یا سفالی»

توضیح: چندین هزار سال قبل از میلاد حضرت مسیح، به جای صفحات کاغذی مختلف امروزی از لوح های گلی یا سفالی استفاده می شد. به این صورت که ترکیبات مختلف گلی با هم ادغام می شدند و بعد از خشک شدن به لوح نوشتار تبدیل می شدند. ابزار نوشتاری اصلی در آن زمان نیز، تکه های شکسته شده ی استخوان حیوانات شکار شده بوده است.



ارتقاء مل
تابور
وقابت یدر
بین الملل

۲- پیدایی نوشت افزارهای جدید؛ «بال و پر پرندگان»

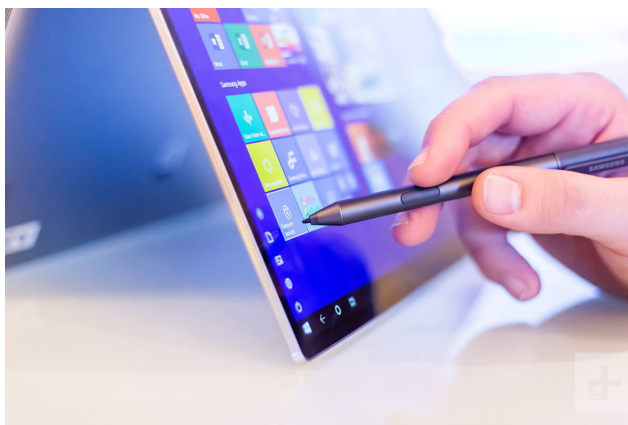
توضیح: ابزارهای نوشتن انسان به مرور تغییر یافتند. انسان با آزمون و خطاهای بسیار، سبک نوشتن خود را پس از کشف ابزارهای جدید تغییر داد. ظهور خط و زبان نوشتار نیز تا حد زیادی به نوشت افزارهایی مربوط می شوند که نوشتن را ساده تر کردند. در این دوره، نوشتن با پر و بال پرندگان و مرکب انجام می شد. یکی از تحولات عظیم در نوشتار انسان ها در واقع پر پرندگان بود. چون به واسطه ی ترکیب خاص خود، ظرافت های خط را بر پهنه ی کاغذ بهتر نمایان می کرد و همچنین تدارک دیدنش، ساده تر از مهیا کردن دیگر نوشت افزارها بود.





۴- ظهور نوشت افزارهای دیجیتال؛ «قلم نوری»

توضیح: ورود فناوری به دنیای نوشت افزار، وضعیت و شکل این صنعت را تغییر و نیازهای جدیدی را نیز شکل داد. با فراگیری دیجیتالی شدن زندگی روزمره و تمشیت امور عمومی با سرعت بیشتر و هزینه‌ی کمتر، اقبال به نوشت افزارهای جدید دیجیتالی در برابر اقلام سنتی هم رونق یافت. با این مهم محتوای مورد نظر در سرعت کمتری ثبت می‌شوند و در عین حال امکان بازیابی اطلاعات را تضمین می‌کند.



۳- ابداع مداد و خودکار

توضیح: مدت زمان زیادی گذشت تا نوشت افزارهای دیروزی جای خود را به ترکیب خوش ساخت و خوش دست مداد دهند. برای اولین بار، مداد توسط فرانسوی‌ها اختراع شد. اگر چه مداد ابزار خوبی برای نوشتن بود، اما به ثبت دائمی موارد نگارش شده نمی‌شد دل بست. این نخستین بار در جنگ دوم جهانی بود که خودکارهای مدرن معرفی شدند. با استفاده از خودکارها، نوشتار ساده‌تر می‌شد و در عین حال ابزار نوشتن طول عمر بیشتری می‌یافت.





گونه‌نگاری نوشت افزار؛ بر حسب معیارهای شش گانه

توضیح: از اقسام مختلفی می‌شود تحت نام عام نوشت افزار سخن گفت. حسب منظری که از آن به نوشت افزارها نگاه می‌افکنیم، می‌توان اقلام متنوع نوشت افزاری را در طیف متفاوتی از تقسیم‌بندی‌ها مورد

ارزیابی و تحلیل قرار داد. در شکل روبرو، سنجه‌های شش گانه‌ای برای طبقه‌بندی انواع نوشت افزار به دست داده می‌شود:



ارتقاء ملے
تاب آور
وقابت یدر
بین المللے



برحسب مخاطب

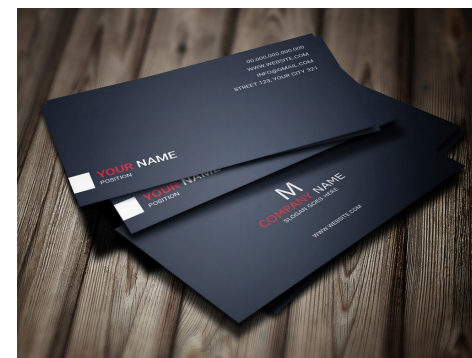
- ✓ نوشت افزار دانش آموزان
- ✓ نوشت افزار کارمندان (اداری)
- ✓ نوشت افزار مهندسان
- ✓ نوشت افزار دانشجویان
- ✓ نوشت افزار طراحان
- ✓ نوشت افزار دختران
- ✓ نوشت افزار کودکان
- ✓ نوشت افزار نوجوانان



نوشت افزار طراحان

برحسب زمینه کاری

- ✓ لوازم تحریر تجاری؛ کارت ویزیت، سربرگ، فاکتور.
- ✓ لوازم تحریر رومیزی؛ منگنه، سوراخ کن کاغذ.
- ✓ ابزار طراحی؛ مداد رنگی، قلم مو، آب رنگ.
- ✓ پاک کن ها؛ مداد پاک کن، تخته پاک کن.
- ✓ جوهر؛ جوهر خوش نویسی، جوهر پرینتر.
- ✓ ابزار بایگانی؛ فایل های نگهداری، پوشه ها.
- ✓ لوازم پستی؛ پاکت نامه ها.
- ✓ ملزومات هدیه ای؛ کارت پستال، کاغذ کادو، پاکت هدیه.



ارتقاء
تاب
وقایت
بین المللی



برحسب کشور محل ساخت

- ❑ نوشت افزار خارجی؛ ساخته شده در خارج از مرزهای ایران
- ❑ نوشت افزار ایرانی؛ نوشت افزار تولید داخل مرزهای ایران



نوشت افزار خارجی

نوشت افزار ایرانی

برحسب محتوا

- ❑ نوشت افزار با محتوای ایرانی- اسلامی
- ❑ نوشت افزار با محتوای غیر ایرانی- اسلامی



نوشت افزار با محتوای ایرانی اسلامی



نوشت افزار با محتوای غیر ایرانی اسلامی

ارتقاء
تاب
ور
و قابت
ند
بین
الملل



❑ برحسب ظاهر و طراحی

❑ نوشت افزار فانتزی؛ منظور از این دست نوشت افزارها، محصولاتی هستند که در تولید آن‌ها تنوع، استفاده از رنگ‌های شاد و همچنین بهره‌بردن از کاراکترهای محبوب کارتونی و داستانی وجه پررنگی دارد و نقش بی‌بدیلی در افزایش تقاضا و فروش بیشتر آن محصول ایفا می‌کند.

❑ نوشت افزار ساده؛ منظور محصولاتی هستند که در کنار توجه به کیفیت نهایی، التفاتی چندان به ظاهر و جذابیت اثر ندارند و در نقطه‌ی نهایی ما شاهد تولیداتی صرفاً در یک شکل و یک جنس و به دور از بداعت ظاهری هستیم.



نوشت افزار فانتزی

❑ برحسب جنس محصول

❑ محصولات پلاستیکی؛ خودکار، پاک‌کن، تراش، چراغ مطالعه.

❑ محصولات شیمیایی؛ خمیر بازی، چسب، جوهر، آبرنگ.

❑ محصولات چوبی و کاغذی؛ دفتر، مداد، میز تحریر، مقوا.

❑ محصولات فلزی؛ کاتر، منگنه، گیره، پونز.

❑ محصولات پارچه‌ای؛ کیف، جامدادی.

❑ محصولات الکترونیکی و هوشمند؛ پاک‌کن برقی، ماشین حساب.



نوشت افزار فلزی



نوشت افزار پارچه‌ای



بازارپردازی (مرچندایزینگ) فرهنگ و صنعت نوشت افزار

توضیح: بازارسازی فرهنگی یا همان مرچندایزینگ در معنای سنتی خود، به معنای مجموعه فعالیت‌هایی است که صاحبان کسب و کارها و یا خرده فروش‌ها در نقطه‌ی فروش انجام می‌دهند تا محصولات خود را عرضه کرده و به فروش برسانند اما معنای دیگر ارائه شده برای این لغت وجود دارد. بازارسازی فرهنگی عبارت است از اسباب‌بازی‌ها، لباس‌ها و سایر محصولاتی که به یک فیلم، تیم ورزشی و یا خواننده‌ی مشهور مرتبط باشد

توضیح: در واقع آن برداشت مورد تأکید از مرچندایزینگ در صنایع فرهنگی، به بازاستفاده و تجاری‌سازی ثانویه‌ی یک محتوا، کاراکتر، شخصیت و برند و دارایی اشاره دارد که می‌تواند ورای بستر اصلی خود، توأمان ارزش‌افزایی اقتصادی و فرهنگی داشته باشد.

توضیح: بنابراین یکی از مرسوم‌ترین و مهم‌ترین مسیرهای خلق ارزش اقتصادی از طریق محصولات فرهنگی، بازارسازی فرهنگی است که هدف اصلی در آن بهره‌برداری از شهرت ایجاد شده برای یک دارایی فکری (شخصیت یا نماد فرهنگی) در تولید و فروش محصولات مختلف مدنظر می‌باشد.

مرچندایزینگ Merchandising

بازاستفاده و تجاری‌سازی ثانویه‌ی یک محتوا، کاراکتر، شخصیت و برند و دارایی

منبع: ذاکر شهرک، مینا و شهدادی، احمد. (۱۳۹۸). «مرچندایزینگ (بازارسازی فرهنگی) به مثابه‌ی بازتولید مفاهیم داستانی محصولات فرهنگی کودکان
منبع: ایزدخواه، محمدمهدی. (۱۳۹۵). بازارسازی فرهنگی

ارتقاء ملے
تاب اور
وقابت بندے
بین المللے



توضیح: صنعت نوشت افزار در منتهی‌الیه زنجیره‌ی تجاری‌سازی محتوا در صنایع و محصولات فرهنگی قرار دارد. آنچه که در این میان دارای اهمیت (اقتصادی و فرهنگی) است، آنست که با سرمایه‌گذاری و هویت‌سازی پیرامون یک محتوا و تداوم و استمرار آن، فرایند تجاری‌سازی در هر یک از بخش‌های این زنجیره به خوبی سامان یابد تا در نهایت مقصودِ بازاریابی یا مرجندایزینگ در زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق حاصل شود.

توضیح: در بطن موضوع بازاریابی فرهنگی، اقسام صنایع فرهنگی را می‌توان به طور کلی در سه دسته تقسیم‌بندی نمود؛ نخست صنایعی هستند که خود دست به تولید محتوا و شخصیت می‌زنند، که سینما و پویانمایی و پی‌نمایی از این جمله هستند. دسته‌ی دوم، آن قسم از صنایع فرهنگی و خلاقند که کار ترویج و البته تعمیق کاراکتر تولیدشده را انجام می‌دهند. دسته‌ی سوم این تقسیم‌بندی، شامل بخش‌هایی است که صرفاً نقش مصرف‌کننده‌ی یک محتوا را ایفا می‌کنند.

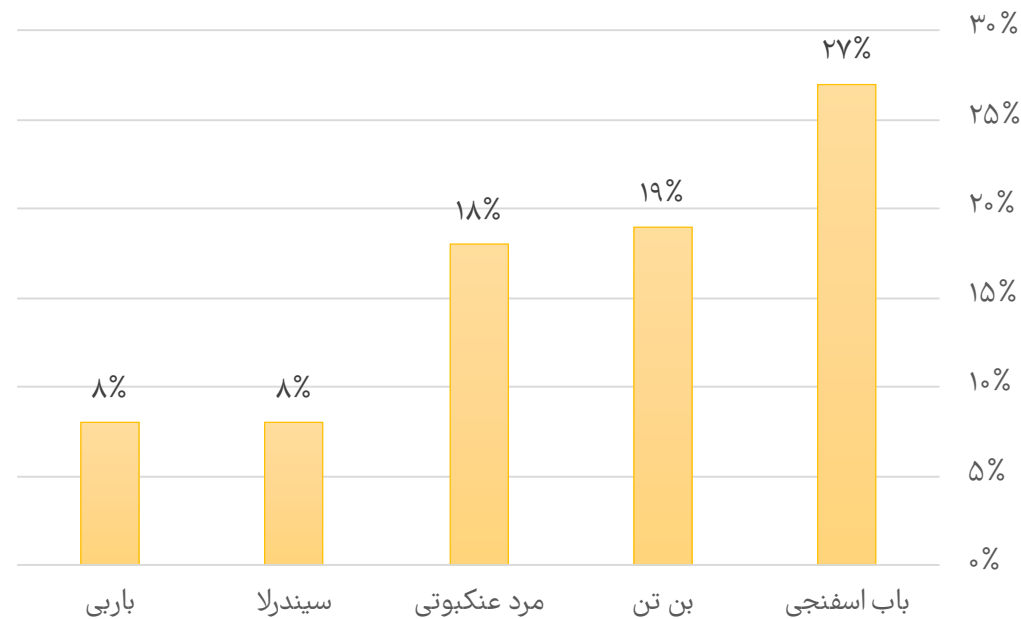




فراوانی شخصیت‌های پرطرفدار در بازار نوشت افزار ایران (در سال ۱۳۹۴)

است. پس از باب اسفنجی، بن تن و مرد عنکبوتی به ترتیب با ۱۹ و ۱۸ درصد در میان شخصیت‌های پرطرفدار در نوشت افزارها از نظر کودکان در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

همان گونه که به خوبی در نمودار فوق نمایان است، از بین انواع شخصیت‌های موجود در بازار نوشت افزار کشور، پنج مورد بالا بیشترین طرفدار را داشته‌اند. باب اسفنجی شخصیت محبوب ۲۷ درصد کودکان



منبع: ایزدخواه، محمد مهدی. (۱۳۹۵). بازسازی فرهنگی

ارتقاء ملی
تاب آور
و تقابلی
بین المللی



سیمای اقتصادی صنعت نوشت افزار



MY LIFE PLANNER



- زنجیره‌ی ارزش صنعت نوشت افزار
- حجم جهانی بازار نوشت افزار
- اندازه بازار صنعت نوشت افزار در ایران
- وضعیت اشتغال در صنعت
- صادرات و واردات نوشت افزار در جهان و ایران



زنجیره ارزش (Value Chain)

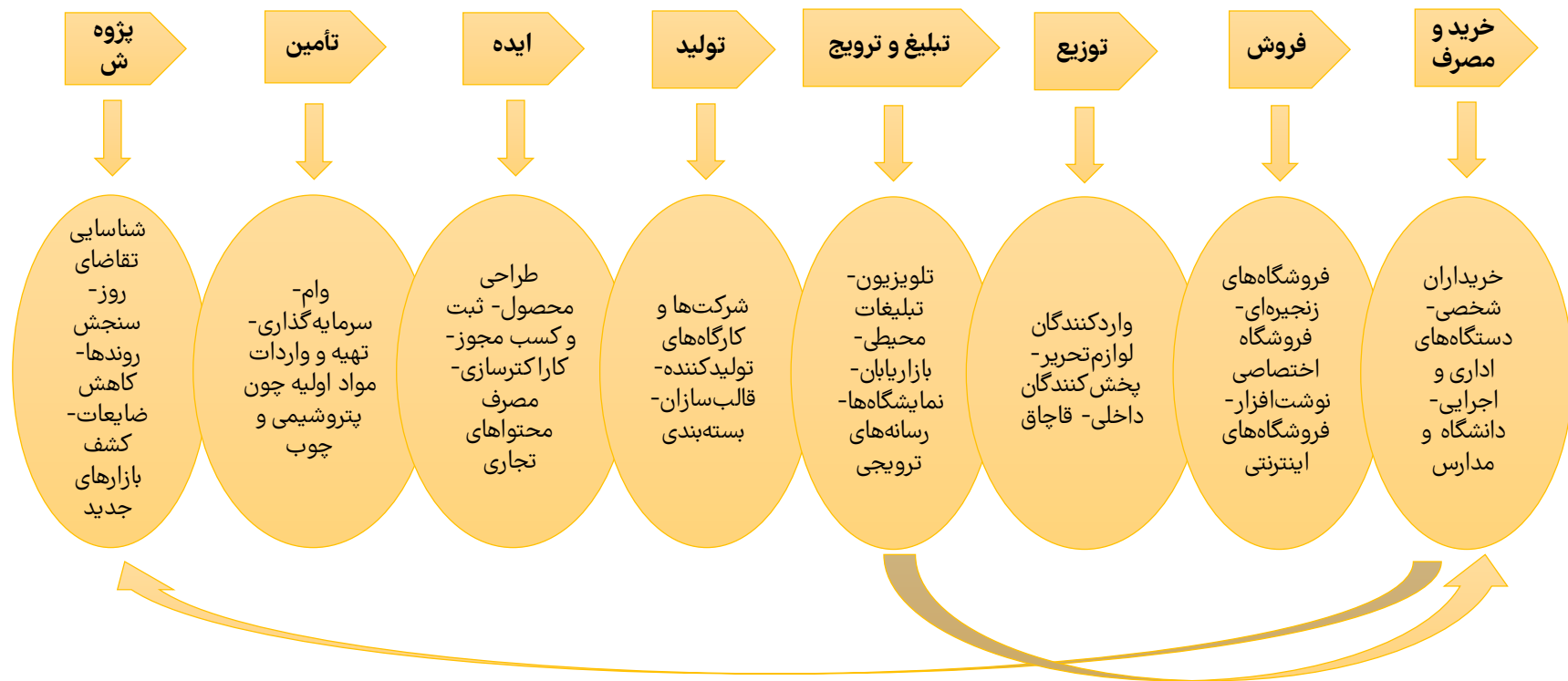
مجموعه اقداماتی که در یک صنعت انجام می‌گیرد تا به خلق ارزش منجر شود.

اهمیت	مفهوم
امکان برخورد نظام‌مند با تمام حوزه‌های کاری صنعت	زنجیره‌ی ارزش
شکل‌گیری نگاه یک‌پارچه به فعالیت‌ها و وظایف	
به دست‌دادن تحلیل‌های واقع‌گرایانه‌تر از کسب‌وکارها	
شناخت بهتر نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها	



منبع: فرمehنی، علیرضا و هادی‌زاده اصفهانی، آزاده. (۱۳۹۸). زنجیره‌ی ارزش؛ مفاهیم، تحلیل و کاربرد

زنجیره‌ی ارزش صنعت نوشت افزار



ارتقاء
تاب
وقایت
بین
الملل



ملاحظات در خصوص زنجیره‌ی ارزش صنعت نوشت‌افزار

- ۱- توضیح: فهم چستی و چگونگی یک صنعت، به میانجی درک بخش‌های متنوع آن میسر می‌شود. به عبارت بهتر، فهم یک صنعت در گروی مرور و شناخت ارزش‌های افزوده در مراحل مختلف آن است. صنعت نوشت‌افزار کشور نیز از این مهم مبرا نیست.
- ۲- توضیح: گام‌های تحقق ارزش در صنعت نوشت‌افزار را می‌توان به صورت مراحل در هم تنیده و بهم پیوسته‌ی ذیل در نظر گرفت: پژوهش، تأمین، ایده، تولید، ترویج و تبلیغ، توزیع، فروش و خرید و مصرف.
- ۳- توضیح: عطف به شکل زنجیره و توضیحاتی که رفت، زنجیره‌ی ارزش صنعت نوشت‌افزار کشور را می‌توان مجموعه اقدامات اقتصادمحوری دانست که خلق، تولید، توزیع و مصرف محصولات نوشت‌افزار را تسهیل و تضمین می‌کند.
- ۴- توضیح: عملکرد محوری در زنجیره‌ی نوشت‌افزار دربرگیرنده‌ی فعالیت‌های عملی است که شامل شناسایی بازارهای جدید و تقاضاهای

روز، تأمین سرمایه و مواد اولیه، طراحی محصول و تولید آن، ترویج و بازاریابی در رسانه‌های عمومی و محیطی و در نهایت توزیع در داخل کشور یا صادرات یا واردات و فروش به مخاطب در بسترهای خرده‌فروشی صنعت است.

۵- توضیح: ملاحظه‌ی درخور در خصوص زنجیره‌ی ارزش صنعت نوشت‌افزار و گام‌ها و بازیگران آن اینست که در قیاس با غالب دیگر صنایع خلاق، هم‌سانی یا مشابهت زیادی با زنجیره‌ی ارزش در اغلب صنایع فیزیکی و سخت دارد.

۶- توضیح: نکته‌ای که با غور در شماتیک زنجیره‌ی ارزش در صنعت نوشت‌افزار باید به طور جد بدان التفات داشت، اینست که ضعف در شناخت مراحل این زنجیره و اهمیت یکایک بازیگران آن، منجر به چالش‌هایی در سراسر زنجیره ارزش می‌گردد که سرانجام کمنا‌ی ارزش نهایی بازار صنعت را رقم خواهد زد.

حجم بازار مالی جهانی محصولات نوشت افزار (بر حسب میلیارد دلار)

توضیح: همان طور که در شکل فوق مشاهده می شود، طبق داده ها و ارزیابی های مجموعه ی تحلیلی Research and Markets، اندازه ی بازار جهانی صنعت نوشت افزار برای سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۲۲/۴ میلیارد دلار بوده است و پیش بینی می شود که این عدد در سال ۲۰۲۷ به رقم ۲۹/۸ میلیارد دلار برسد. طبق این ارزیابی، میانگین نرخ رشد سالیانه ی این بازار، ۴/۲٪ خواهد بود.

توضیح: براساس همین گزارش، بازار محصولات نوشت افزاری در ایالات متحده در سال ۲۰۲۰، رقمی بالغ بر ۶/۱ میلیارد دلار تخمین زده می شود. پیش بینی می شود چین به عنوان دومین اقتصاد بزرگ جهان نیز، تا سال ۲۰۲۷ به اندازه ی بازار پیش بینی شده ی ۵/۸ میلیارد دلاری برسد که طی دوره ی تحلیلی ۲۰۲۰-۲۰۲۷، میانگین نرخ رشد سالیانه ی ۶/۴ درصدی را تجربه خواهد کرد. از دیگر بازارهای جغرافیایی حایز توجه نیز ژاپن و کانادا هستند که هر کدام به ترتیب ۳ درصد و ۳/۸ درصد در دوره ی هفت ساله ی مذکور رشد خواهند داشت. در همین راستا متصور می شود که در اروپا، آلمان رشد تقریبی ۳/۶ درصدی را از سر خواهد گذراند.

ارتقاء
تاب
تقویت
بین المللی

با میانگین نرخ رشد
سالیانه ۴/۲ درصد

۲۲.۴
میلیارد
دلار

۲۰۲۰
میلادی

۲۹.۸
میلیارد
دلار

۲۰۲۷
میلادی

Source: Research and Markets



حجم بازار مالی جهانی محصولات نوشت افزار و لوازم اداری (بر حسب میلیارد دلار)

توضیح: در بسته‌ی گزارشی دیگر، Research and Markets به عنوان بزرگ‌ترین فروشگاه تحقیقاتی بازارهای جهانی، برآوردی جهانی از بزرگی بازار لوازم و نوشت‌افزار اداری به دست می‌دهد. در واقع احصای این آمار ناظر بر شمارش تمامی ابزارهایی است که در یک محیط اداری مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ از وسایلی برای نوشتن چون خودکار و مداد و پانچ و منگنه و چسب و کاغذ تا رایانه و اسکنر و فکس. مبرهن است که درین‌جا با برآورد افزون نسبت به نمودار پیشین روبرو خواهیم شد.

توضیح: براساس این گزارش، بازار جهانی نوشت‌افزار و لوازم اداری که در سال ۲۰۲۲ حدود ۱۵۲/۷ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود، متصور است که تا سال ۲۰۲۷ با میانگین نرخ رشد سالیانه ۲/۴ درصدی، به حجمی بالغ بر ۱۸۴/۵ میلیارد دلار برسد. لوازم کامپیوتر/پرینتر به عنوان یکی از بخش‌های مورد تحلیل این گزارش، بر این پیش‌بینی است که رشد ۲/۳ درصدی را ثبت کند و تا پایان دوره‌ی تحلیل (۲۰۲۷)، حجم ۵۴/۳ میلیارد دلاری را رقم بزند.

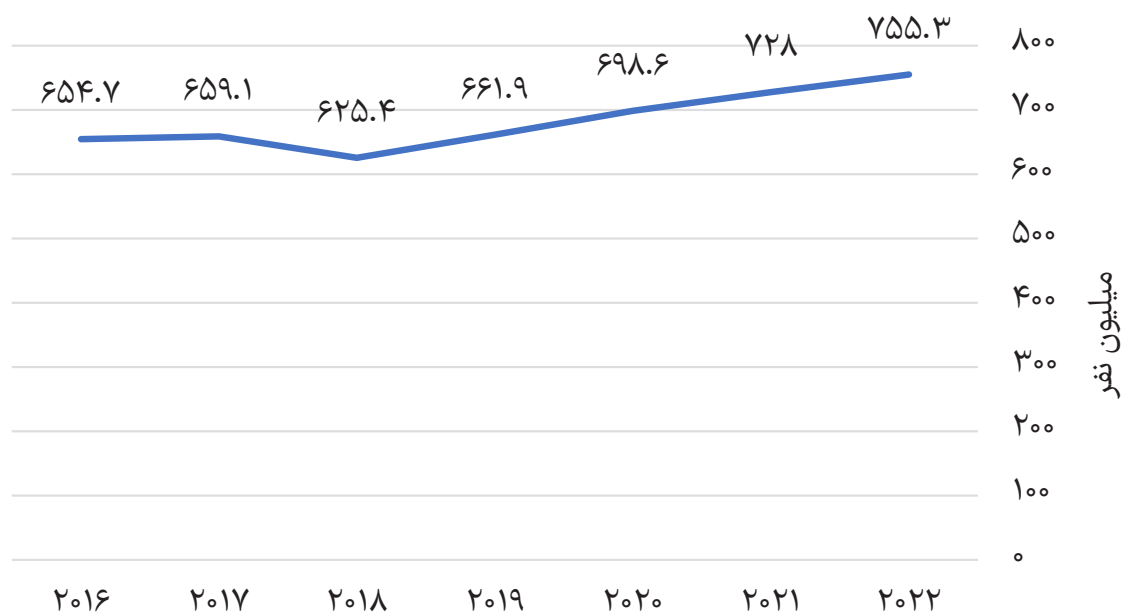


Source: Research and Markets

ارتقاء
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی



تعداد کاربران محصولات نوشت افزار در جهان

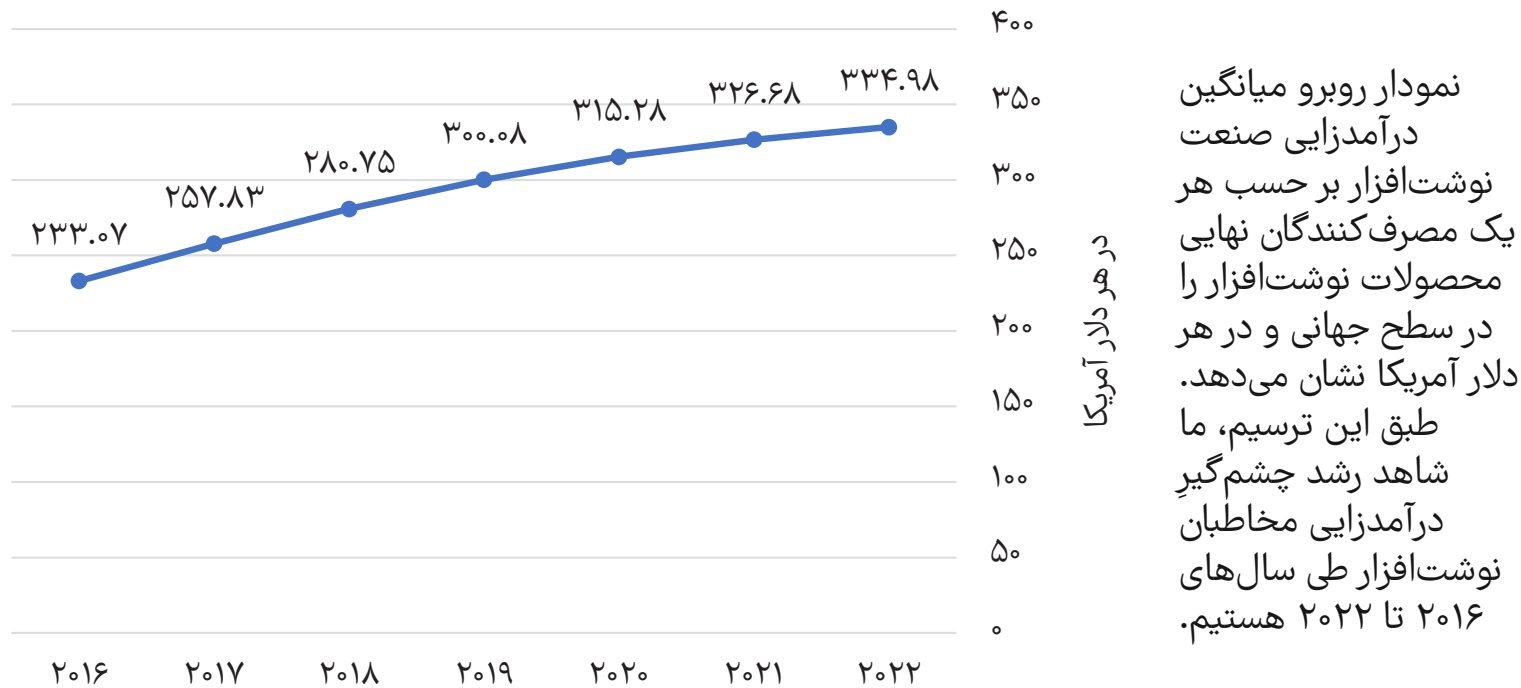


در نمودار حاضر ما فراوانی کاربران صنعت نوشت افزار در پهنه‌ی جهانی را شاهدیم. مشاهده می‌شود که هر چه به سوی اکنون پیش می‌آییم، به دلایلی چون افزایش جمعیت جهان و همچنین گسترش آموزش عمومی و بهبود سطح سواد، میزان کاربران نوشت افزار هم فزونی می‌یابد.

ارتقاء
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی



سهم درآمدزایی هر مصرف کننده در صنعت نوشت افزار جهان



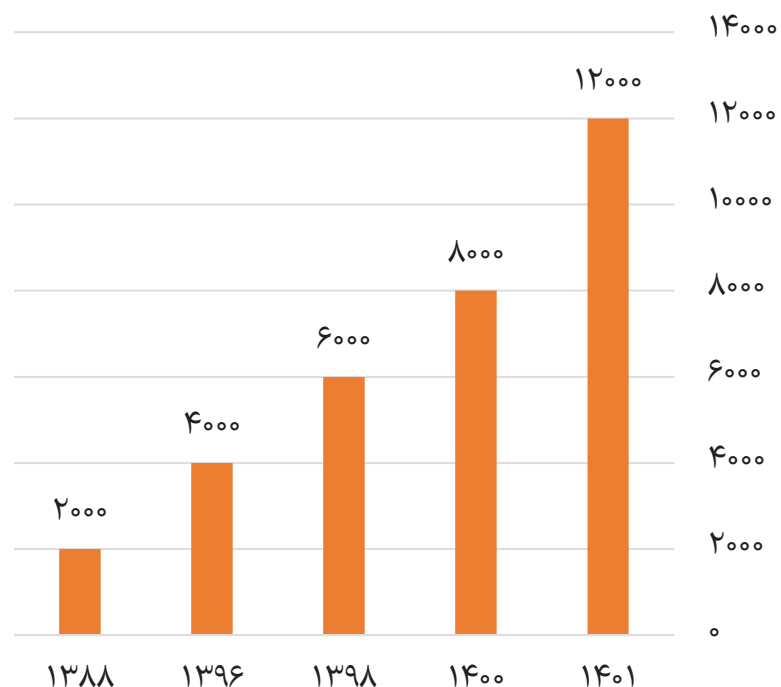
ارتقاء ملی
تاب آور
رقابت پذیری
بین المللی

منبع: معرفی فعالین زیست بوم نوشت افزار ایرانی



حجم مالی بازار نوشت افزار در ایران (برحسب میلیارد تومان)

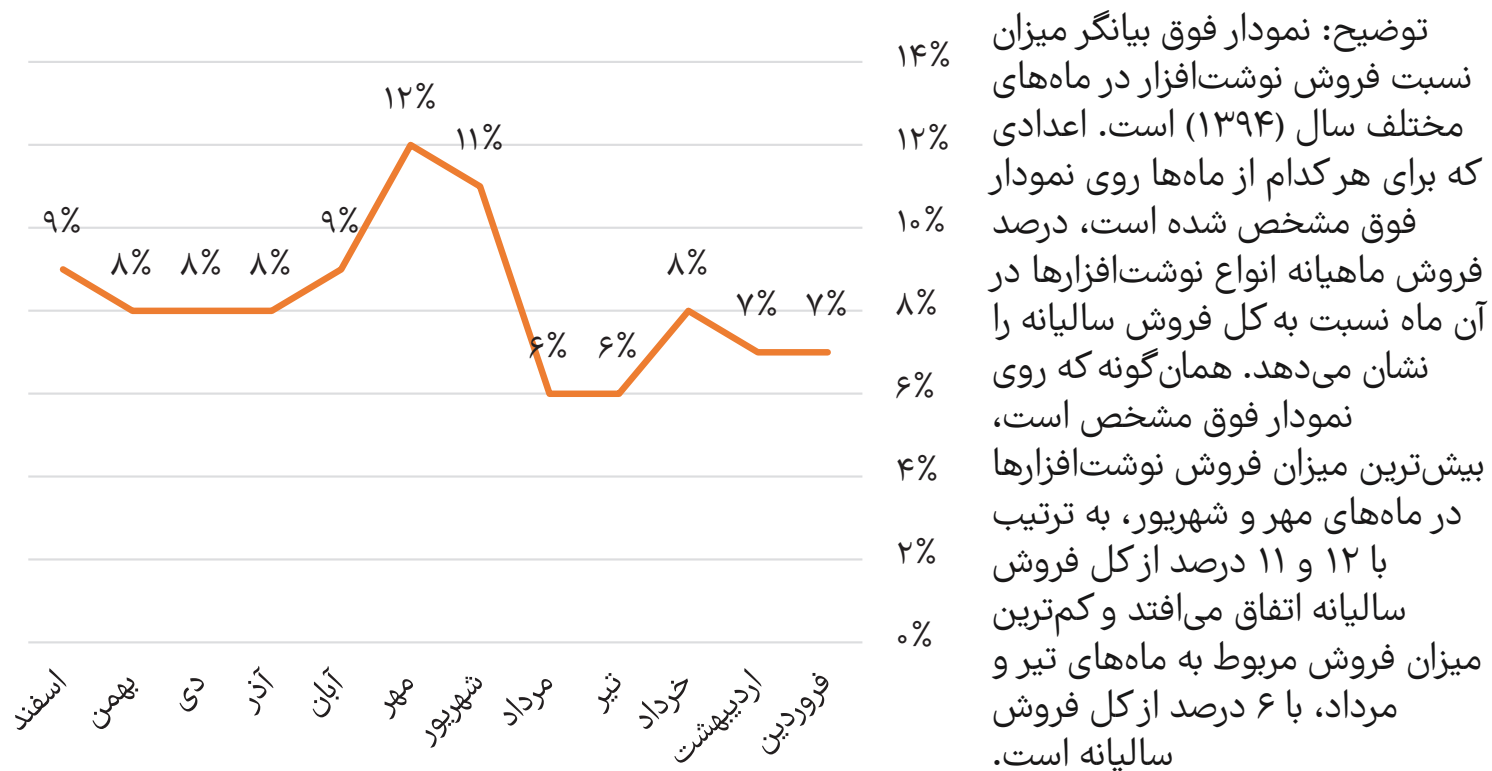
توضیح: باید اذعان داشت که رقم نقل شده در واقع حاصلی تقریبی از ضرب سرانه‌ی مصرف یک دانشجو و دانش آموز و تا حدی یک کارمند از محصولات نوشت افزاری در تعداد کل دانشجویان و دانش آموزان است. به عبارت دیگر، از آن جا که داده های مربوط به بخش تولید و واردات دقیقاً مشخص نیست، بر رقمی تقریبی اتکا می شود.



توضیح: در منابع موثق و تحلیلی بین المللی، آمار و عدد مصرح و دقیقی از حجم بازار مالی نوشت افزار در ایران وجود ندارد و در منابع داخلی نیز، برای دستیابی به این مهم، گریزی از ارجاع به گفتگوها و نقل قول های افراد و مسئولین دست اندرکار صنعت نیست. در آخرین نمونه، محمد یقینی، مدیرعامل مجمع ایران نوشت، در برنامه ی تلویزیونی عیار در هشت شهریور ۱۴۰۱، این گونه اذعان داشت که گردش مالی بازار نوشت افزار در ایران حدود ۱۲ میلیارد تومان است.



پراکندگی تقاضای ماهیانه‌ی نوشت‌افزار در کشور (برحسب درصد) - سال ۱۳۹۴

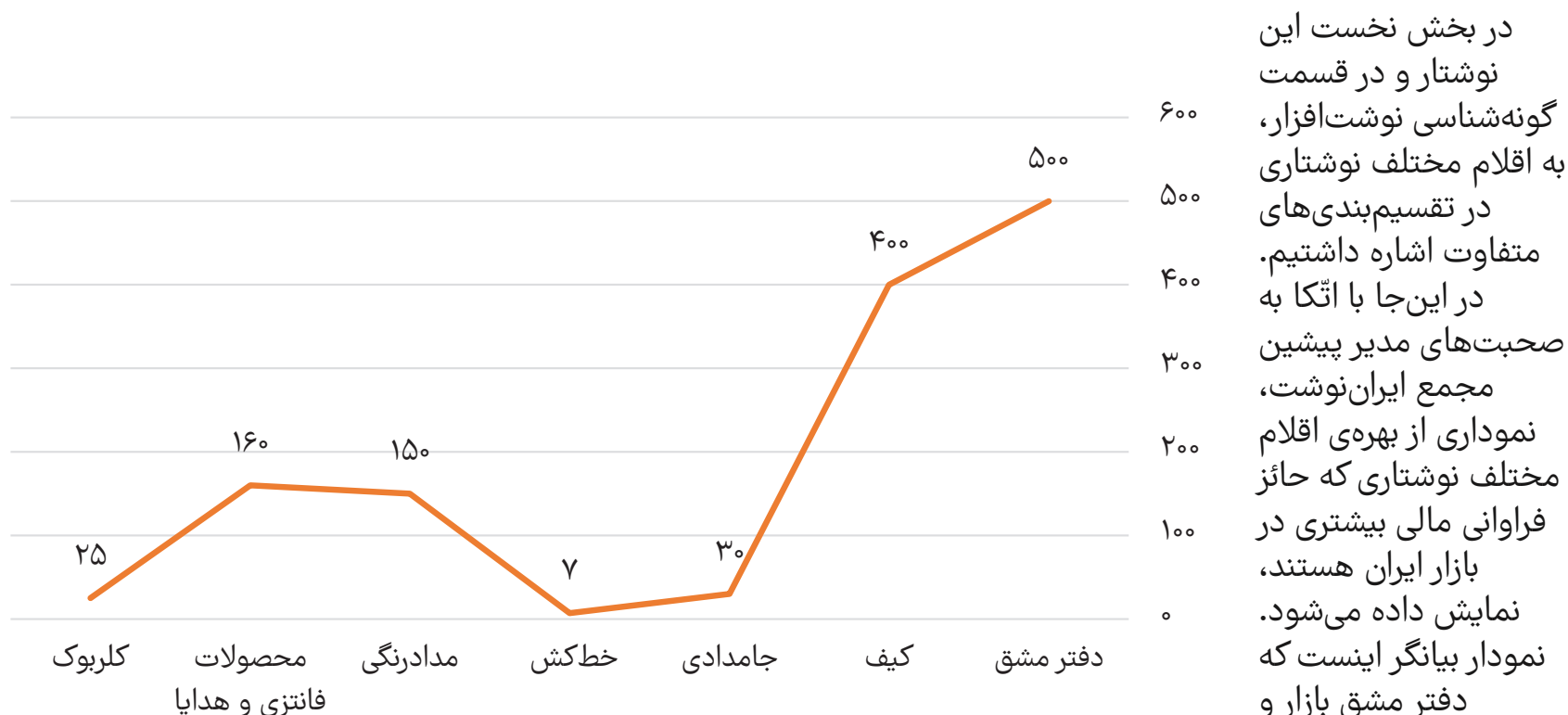


ارتقاء
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی

منبع: ایزدخواه، محمدمهدی. (۱۳۹۵). بازارسازی فرهنگی



فراوانی اقلام مختلف نوشتاری در بازار مالی صنعت نوشت افزار در ایران (برحسب میلیارد تومان) - ۱۳۹۸



منبع: مشرق‌نیوز به نقل از سعید حسینی



سیمای آماری محصول نوشتافزاری خودکار در ایران (سال ۱۳۹۹)

تولید سالانه‌ی خودکار ایرانی	۴۵۰ میلیون عدد
توان اسمی تولید	۶۰۰ میلیون عدد
میزان اشتغال مستقیم	۱۰۰۰ نفر
سهم اشتغال خانگی از اشتغال کل محصول	۲۰ درصد
مصرف خودکار در کشور	۵۰۰ میلیون عدد
تعداد تولیدکنندگان خودکار ایرانی	۱۰ کارخانه

سیمای آماری محصول نوشتافزاری مداد در ایران (سال ۱۳۹۹)

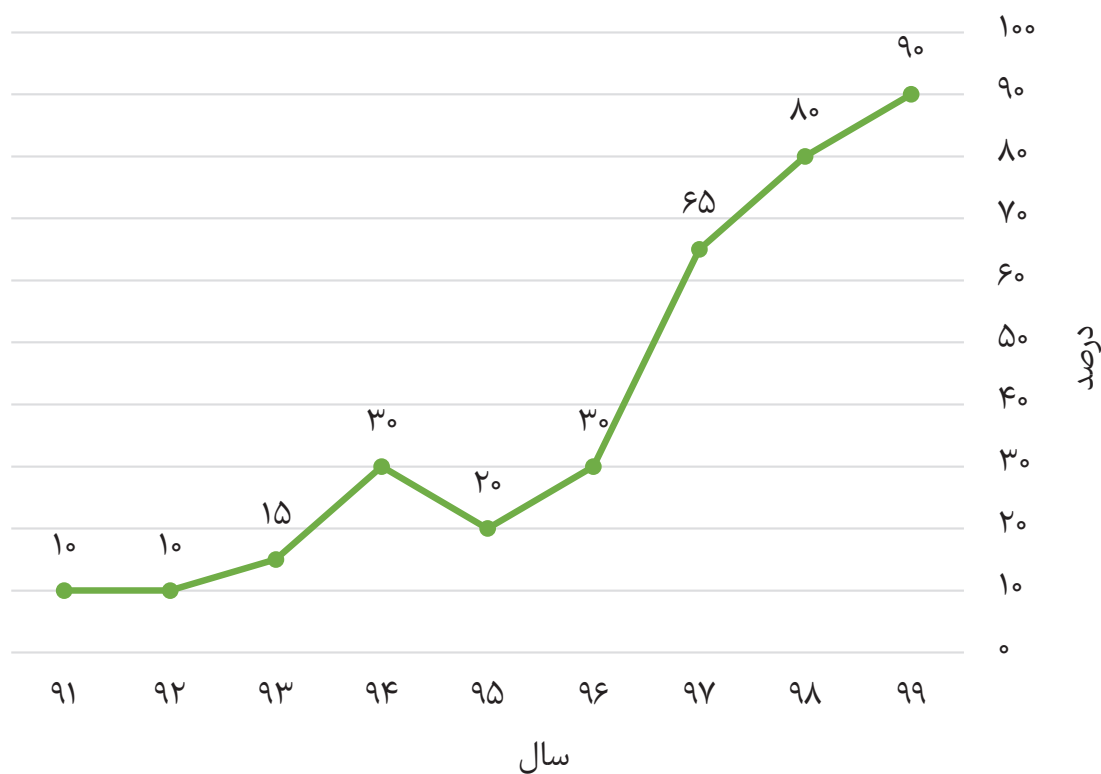
میزان ریالی تولید سالیانه	۷ هزار میلیارد ریال
میزان عدی تولید در سال	۲۸۰ میلیون عدد
میزان مصرف انواع مداد	۳۹۰ میلیون عدد
سهم مداد ایرانی از بازار	۷۰ درصد
سهم صادرات مداد داخلی از کل تولید محصول	۵ درصد
میزان اشتغال زایی مداد تولید داخل	۲۵۰۰ نفر

منبع: مجمع ایران نوشت





سهم خودکار ایرانی از بازار مصرف داخلی این محصول بر حسب درصد



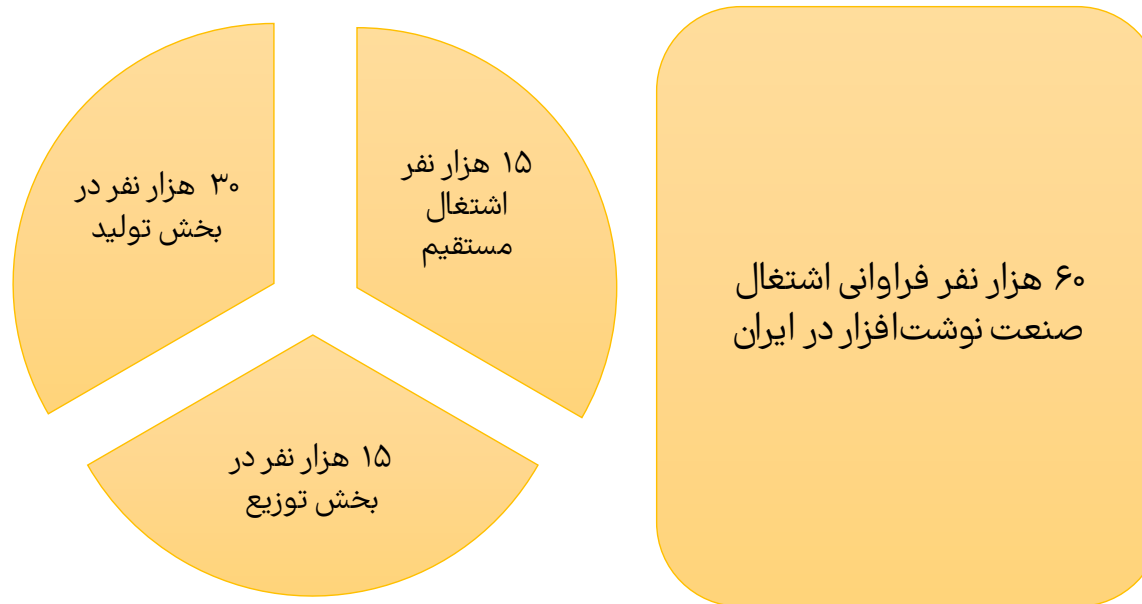
طی سال‌های گذشته، تولید و تأمین اقلام اساسی صنعت نوشت‌افزار از جمله مداد، خودکار، پاک‌کن، کاغذ و دفتر، مطمحنظر تولیدکنندگان و نهادهای فعال در صنعت بوده است. در نمودار روبرو به خوبی می‌بینیم که این مهم چگونه طی یک دهه‌ی گذشته در تولید خودکار ایرانی خود را نشان می‌دهد، به طوری که در سال ۱۳۹۹ حدود ۹۰ درصد از بازار مصرف داخلی این محصول به خودکار تولید ایران اختصاص داشته است.

ارتقاء
تاب
توان
توان
توان



وضعیت اشتغال صنعت در ایران

توضیح: با توجه به شکل زنجیره‌ی ارزش در صنعت نوشت افزار و حضور بازیگران عديده‌ای از بنکدار و کارخانه‌دار تا طراح و مغازه‌دار و بازاریاب و مصرف‌کنندگان، انتظار اشتغال‌زایی بالا از این صنعت پر بیره و دور از انتظار نیست. با این حال، به دلیل پراکندگی بخش‌های مختلف صنعت نوشت افزار و فقدان شفافیت و همچنین فعالیت بسیاری از واحدهای تولیدی به صورت زیرزمینی، به دست دادن آمار دقیقی از اشتغال‌زایی صنعت در ایران اسخت می‌نماید..

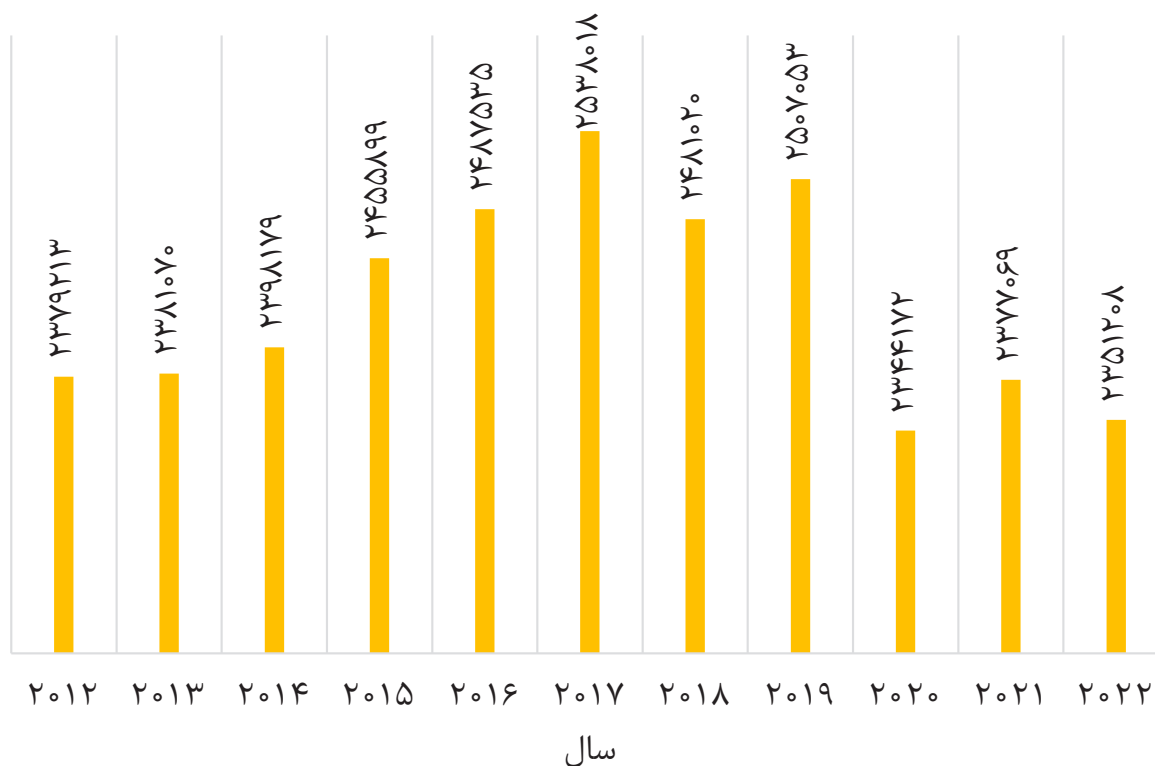


توضیح: به گفته‌ی مدیرعامل مجمع ایران نوشت، بخشی از صنعت نوشت افزار به صورت غیررسمی است و تعداد شرکت‌های ثبت شده در این حوزه تمام واقعیت این صنعت نیستند. طبق برآوردهای این منبع، تقریباً ۱۵ هزار نفر مستقیم در این صنعت اشتغال دارند و حدود ۳۰ هزار نفر در صنعت توزیع هستند و ۱۵ هزار نفر هم به صورت اشتغال غیرمستقیم وجود دارد که جمعاً به صورت تقریبی ما را به رقم حدودی ۶۰ هزار نفر در این صنعت رهنمون می‌سازد.

منبع: مجمع ایران نوشت



تعداد شاغلین بازار خرده‌فروشی محصولات نوشت‌افزار در آمریکا



این نمودار نشان می‌دهد که بازار خرده‌فروشی نوشت‌افزار در آمریکا در جدیدترین میزان خود، میزبان اشتغال جمعیتی بالغ بر دو میلیون و سیصد و پنجاه و یک هزار و دویست و هشت نفر بوده است. با قیاس آمار سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۲ نیز، نمودار بیانگر آن است که تعداد شاغلین در این بازار هر سال به طور میانگین با حدود ۱.۵٪ کاهش روبرو شده است.

شاغلین بر حسب نفر

Source: IBISWORLD



کشورهای پیشرو در صادرات نوشت افزار اداری بر حسب ارزش صادرات (۲۰۲۱)



Source: Statista

ارتقاء ملی
تاب آور
رقابت پذیری
بین المللی

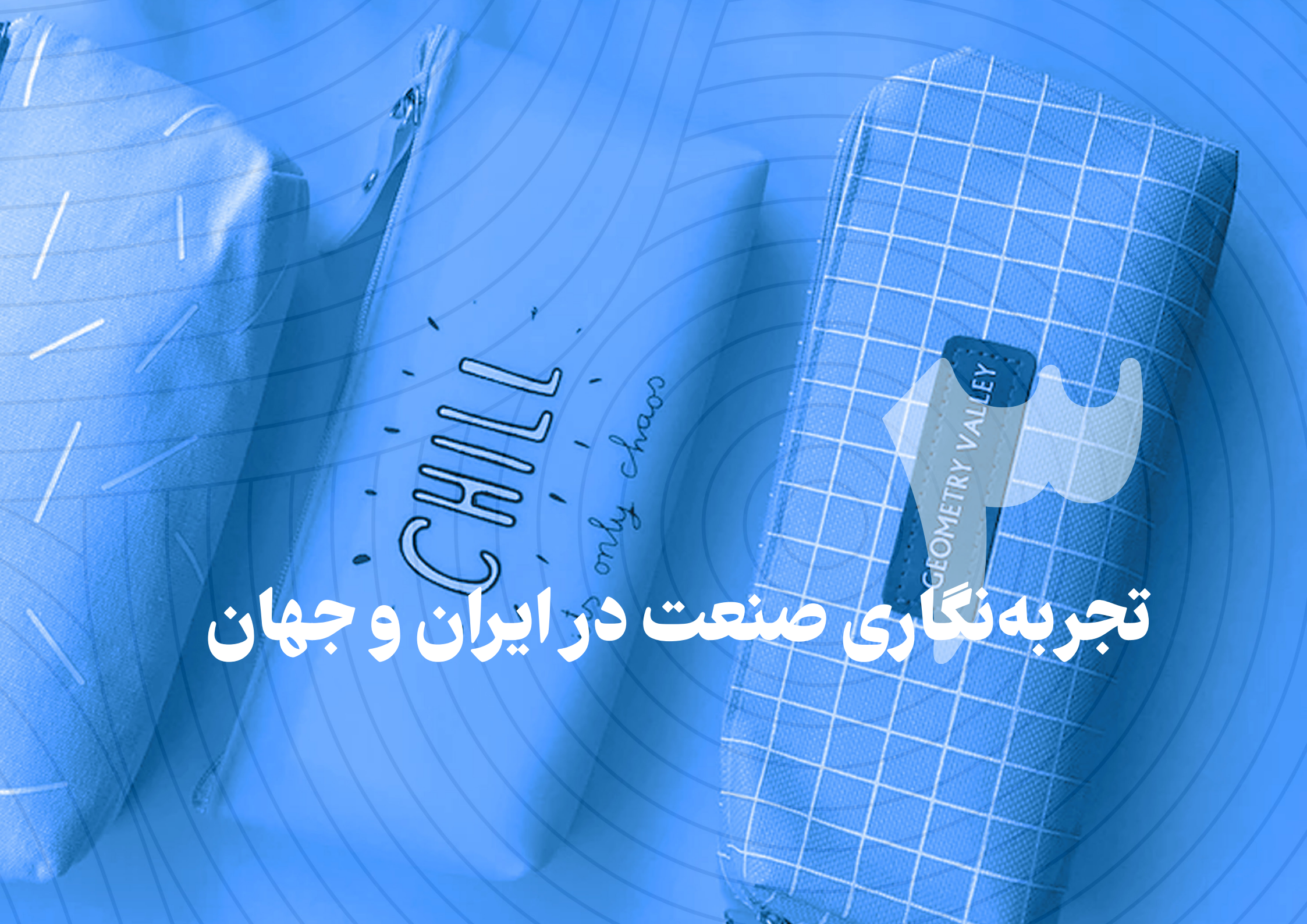


کشورهای پیشرو در واردات نوشت افزار اداری بر حسب ارزش واردات (۲۰۲۱)



نمودار حاضر نمایانگر آن است که در سال ۲۰۲۱، آلمان با ارزش وارداتی تقریباً دو و نیم میلیاردی، بزرگترین واردکننده نوشت افزار اداری از سایر نقاط جهان بوده است. آمریکا نیز با واردات حدود ۲ میلیارد دلاری، در جایگاه دوم قرار دارد.

تجربه‌نگاری صنعت در ایران و جهان



LITTLE
BUT
FIERCE

GEOMETRY VALLEY

- زیست بوم جهانی
- شرکت های دانش بنیان فناوری و خلاق
- استارت آپ های فعال در صنعت
- نمایشگاه های بین المللی نوشت افزار



بازیگران اصلی صنعت نوشت افزار جهان



نمونه‌ای از محصولات
شوان استابیلو



توضیح: این شرکت در سال ۱۸۵۵ توسط خانواده‌ی آلمانی Schwanhauser در نورنبرگ شروع به فعالیت کرد. این کمپانی بزرگ با قدمتی بیش از ۱۶۰ سال بزرگترین تولیدکننده ماژیک‌های هایلایتر در جهان به شمار می‌رود که در بیش از ۱۸۰ کشور جهان محصولات آن در دسترس است. اولین تولیدکننده ماژیک‌های علامت‌زن به شکل امروزی شرکت استابیلو می‌باشد. از ابداعات این شرکت تولید نوشت‌افزار برای چپ دست‌ها می‌باشد.

توضیح: فابریکاستل در سال ۱۷۶۱ توسط کاسپر فابر در شهر نورنبرگ تأسیس شد و هنوز نیز توسط خاندان فابر اداره می‌شود. فابریکاستل قدیمی‌ترین کارخانه‌ی تولید نوشت‌افزار دنیا به شمار می‌آید که سالانه توان تولید حدود دو میلیارد مداد را داراست. نخستین شعبه‌ی خارجی فابریکاستل در سال ۱۸۴۹ در شهر نیویورک دایر شد. از زمان مدیریت لوتار فون فابر که در واقع از نسل چهارم مدیران این شرکت و مبتکر ساخت مدادهای شش‌ضلعی بود، فابریکاستل در سراسر جهان شهرتی مضاعف یافت. فابریکاستل فعالیت خود را با تولید مداد آغاز کرد و امروز نیز نیمی از شهرت خود را مدیون مداد و مداد رنگی است.



فابریکاستل امروزه علاوه بر تولید مداد تحریر و مداد رنگی، ماژیک‌های بسیار باکیفیت پیت‌آر تیست و پاستل گچی‌های حرفه‌ای نیز تولید می‌کند.



نمونه‌ای از محصولات فابریکاستل

ارتقاء مل
تاب‌آور
و قابت پذیر
بین المللی

بازیگران اصلی صنعت نوشت افزار جهان

توضیح: استدلر یکی از شاخص ترین شرکت های سازنده ی نوشت افزار در جهان است. دفتر اصلی استدلر در شهر نورنبرگ آلمان قرار دارد. استدلر نامی جدانشدنی از تاریخ کهن ساخت مداد نورنبرگ به شمار می آید که آغاز آن به سال ۱۶۶۲ بازمی گردد که توسط فردریش استدلر بنیان گذاشته شد. امروزه استدلر بزرگترین تولیدکننده ی مدادمشکی سنت و مداد رنگی اروپا با بیش از ۲۰۰ کارمند است.



بسته ی
نوشت افزار
استدلر



محصولات
ماپد

توضیح: ماپد برندی از کشور فرانسه است که از سال ۱۹۴۷ میلادی فعالیت خود را آغاز نموده است. این شرکت از سال ۱۹۹۳ به دنبال تنوع و گسترش در طراحی و تولید محصولات خود و عرضه آن به بازار جهانی و همچنین رقابت با دیگر شرکت های بزرگ در زمینه طراحی و تولید انواع لوازم التحریر و لوازم اداری پایگاهی را در چین احداث نمود. از اولین محصولات این شرکت می توان به طراحی و تولید انواع قیچی اشاره کرد. پس از آن در دهه ۹۰ میلادی زمینه ی فعالیت خود را گسترش داده و گروه متنوعی از محصولات اداری و تحریر را تولید و روانه ی بازار جهانی نوشت افزار نمود که در همین راستا نیز طراحی لوگو خود را به روز کرده و تا به امروز آن را حفظ نموده است. محصولات ماپد در چند گروه نوشت افزار، لوازم اداری و لوازم نقاشی تولید می شوند.



بازیگران اصلی صنعت نوشت افزار جهان

Pentel



محصولات
شرکت پنتل



توضیح: این شرکت بزرگ نوشت افزار که خواستگاهی ژاپنی دارد، تولیدکننده گسترده‌ی وسیعی از محصولات تحریر است که می‌توان اختراع ماژیک‌های علامت‌گذار با جوهر غیردائمی را از مهم‌ترین آنها دانست. نام این کمپانی ترکیبی از دو واژه انگلیسی Pen به معنای خودکار و Tell به معنای گفتن است که در واقع بیانگر داستانی از زبان قلم است. این شرکت پیشگام در زمینه نوشت افزار از سال ۱۹۴۶ در توکیو شروع به فعالیت کرد و امروزه در بیش از ۲۰ کشور جهان نمایندگی‌های رسمی خود را دارد، اما می‌توان گفت که عمده تولیدات این کمپانی در کشورهای ژاپن، تایوان و فرانسه است. پنتل یک شرکت حامی محیط‌زیست بوده که در راستای حفظ آن محصولات خود را از مواد قابل بازیافت تولید می‌کند تا کالا در پایان عمر خود به راحتی به چرخه طبیعت بازگشته و کمترین آسیب را به محیط اطراف خود وارد کند. از جمله محصولات این کمپانی می‌توان به Fineliner ها اشاره کرد که جوهری بر پایه آب داشته و ایده آل برای نقاشی، طراحی و نوشتن هستند و یا پاستل‌های روغنی مقاوم در برابر رطوبت که با قابلیت ترکیب پذیری بی نظیر خود می‌توانند جانی تازه به نقاشی‌ها بخشند.

EUROPEN



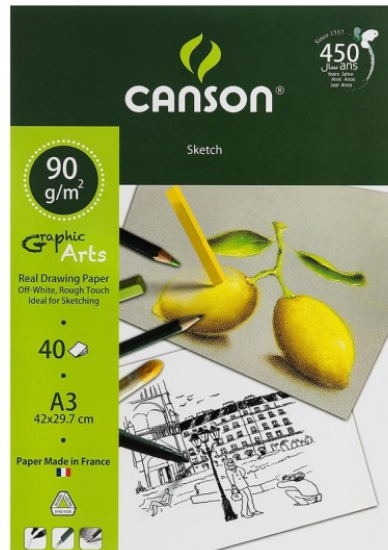
محصولات
شرکت یورپن



توضیح: برند یورپن در سال ۱۹۹۹ در کشور انگلستان و همزمان با رونمایی از واحد پولی اتحادیه اروپا (یورو) متولد گردید. برند یورپن هر چند در کشور انگلستان به ثبت رسید و تولد یافت اما پس از آن گسترش پیدا کرد و امروز تحت لیسانس این برند در کشورهای چین و تایوان هم انواع قلم یورپن اعم از خودکار و خودنویس و روان نویس تولید و عرضه می‌شود. این برند از ترکیب کلمات یورو و پن (قلم) خلق شده تا بیانگر فلسفه وجودی آن باشد که همانا عرضه‌ی قلم‌های با کیفیت اروپا و قیمت‌های رقابتی است. تنوع محصولات و دامنه قیمت گسترده، لوازم جانبی و خدمات پس از فروش استثنایی، بسته‌بندی‌های زیبا و فاخر، و نیز مهم‌تر از همه قیمت‌های بسیار رقابتی از ویژگی‌های این برند به حساب می‌آید. تولید قلم‌های فرهنگی و کلسکسیونی برای بازارهای مختلف از ابزارهای رقابتی این برند می‌باشد که در بازار ایران می‌توان به قلم‌های منشور کوروش، خیام، مولانا، حافظ و فردوسی اشاره نمود.

ارتقاء
تاب
رقابت
بین
الملل

بازیگران اصلی صنعت نوشت افزار جهان



توضیح: Canson یک تولیدکننده‌ی فرانسوی کاغذهای هنری زیبا و محصولات مرتبط است. این شرکت که در سال ۱۵۷۷ توسط خانواده Montgolfier تأسیس شد، کاغذهایی را برای مصارف مختلف در هنرهای زیبا از جمله آبرنگ، روغن، اکریلیک، کاغذهای عکس و غیره تولید می‌کند.

دفتر طراحی
کنسون



توضیح: Kokuyo Camlin Ltd. قبلاً به عنوان Camlin Ltd شناخته می‌شد، یک شرکت چند ملیتی هندی تولید لوازم التحریر مستقر در بمبئی است که از سال ۱۹۳۱ آغاز به فعالیت نموده است. این شرکت سود خود را با کمپانی کوکیو ژاپن، که پس از خرید آن در سال ۲۰۱۲، حدود ۵۱ درصد از سهام کوکیو کاملین را در اختیار دارد، به اشتراک می‌گذارد. این شرکت طیف وسیعی از محصولات مرتبط با مواد هنری، ابزار تحریر و کالاهای اداری را تولید می‌کند.

محصولات
شرکت
کوکیو
کاملین



ارتقاء
تاب
توانایی
و قابلیت
بین المللی



بازیگران اصلی صنعت نوشت افزار جهان

CRANE
CURRENCY



محصول
کاغذی کرین
کارنسی

توضیح: این شرکت در سال ۱۸۰۱ در دالتون، ماساچوست، ایالات متحده توسط Zenas Crane و John Henry Wiswall Willard تأسیس شد. این شرکت به بانک‌های مرکزی خدمات طراحی، اوراق ارز و خدمات چاپ اسکناس و همچنین فناوری ضد جعل ارائه می‌دهد. نوآوری این شرکت در فناوری امنیتی MOTION Crane Currency است که در اسکناس‌های با امنیت بالا در سراسر جهان استفاده می‌شود. این شرکت در سال ۲۰۱۷ به شرکت کرین فروخته شد و اکنون با نام هلدینگ کرین شناخته می‌شود. کرین کرنسی یکی از باسابقه‌ترین شرکت‌ها در صنعت اسکناس است.



محصولات
شرکت ساکورا



توضیح: Sakura Color Products Corporation شرکت تولید نوشت افزار ژاپنی است که انواع لوازم التحریر و همچنین طیف گسترده‌ای از مواد هنری را تولید می‌کند. با این وجود، ساکورا بیشتر با قلم‌های نشانگر آن مانند خط پیگما شناخته می‌شود. این شرکت در آغاز به عنوان تولیدکننده‌ی مداد رنگی در سال ۱۹۲۱ شروع به کار کرد. در سال ۱۹۲۴، ساکورا اولین پاستل روغنی را با هم ترکیب کرد که روغن و رنگدانه را ترکیب می‌کند، که به عنوان علامت تجاری Cray pas در جهان ثبت شد. در سال ۱۹۸۲، این شرکت خط معروف قلم راه‌اندازی کرد. از جمله ابداعات دیگر ساکورا در صنعت نوشت افزار، اولین جوهر مبتنی بر ژل بود که در سال ۱۹۸۴ بدان دست یافت.

ارتقاء مله
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی

بازیگران اصلی صنعت نوشت افزار ایران



خودکار سفیر

توضیح: شرکت رز تحریر یزد تولیدکننده انواع نوشت افزار، بازی های فکری و بسته های کمک آموزشی، دارای نشان ملی استاندارد، نشان استاندارد اروپا، گواهینامه های متعدد بین المللی و تندیس حمایت از حقوق مصرف کننده، هم اکنون به عنوان بزرگترین و نوآورترین تولیدکننده نوشت افزار در ایران فعالیت می نماید. شرکت رز تحریر که از سال ۱۳۹۱ شروع به فعالیت نموده است، با دو برند سفیر و نیز کنکو (Canco) محصولات خود را عرضه می کند.



ماژیک کنکو

Panter



محصولات پنتر

توضیح: شرکت عالی نشان پارسیان تحت برند پنتر (Panter) از سال ۱۳۸۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در آغاز به عنوان واردکننده در صنعت نوشت افزار کشور فعالیت داشت اما از سال ۱۳۹۳ تولید در این صنعت را پیش گرفت. محصولات شرکت پنتر در چهار دسته ای انواع نوشت افزار، ابزار ترسیم فنی، ابزار هنری و تجهیزات اداری تقسیم بندی می شود. این مجموعه از معدود تولیدکنندگان ایرانی است که گام هایی را در صادرات نوشت افزار برداشته است.





بازیگران اصلی صنعت نوشت افزار ایران

توضیح: پیشینه‌ی زغال شمال به سال ۱۳۴۲ در بازار تهران برمی‌گردد، کارگاه کوچکی که در ابتدا با هدف تولید دفترهای مدرسه‌ای و اداری راه اندازی شده بود اما رفته‌رفته، در کنار تولید شروع به واردات لوازم التحریر نمود و تا سال ۱۳۶۰ با واردات انبوه از کشورهای اسپانیا، ژاپن و کره جنوبی تبدیل به قطب واردات لوازم التحریر در کشور شد. در سال ۱۳۷۰ شرکت زغال شمال شکل گرفت و مجموعه‌های تولیدی پاکن، پاستل، خط‌کش و گونیا را در جزیره‌ی کیش و شهر رشت راه اندازی کرد. در سال ۱۳۸۶ شرکت زغال شمال با خرید کارخانه‌ی استدلر ایران و اضافه کردن آن به کارخانجات تحت پوشش خود، گستره‌ی کمی و کیفی محصولات خود را افزایش داد و با بهره‌گیری از فناوری روز اروپا در مداد سازی و تولید پاکن به یکی از بزرگترین تولیدکنندگان نوشت‌افزار در ایران بدل شد. این شرکت در کنار شرکت "مارکو داکس" اسپانیا، تنها تولیدکننده‌ی محصولات فکتیس در جهان به شمار می‌رود. علاوه بر فکتیس، این شرکت نماینده‌ی انحصاری شرکت‌های "میکریوس" از کشور اسپانیا و لوازم اداری "دلی" از کشور چین می‌باشد.



مدادرنگی تحت برند فکتیس



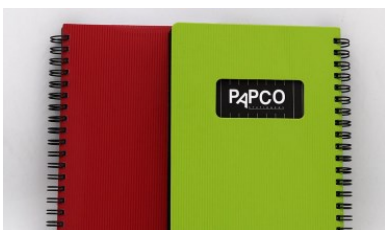
خمیربازی آریا

توضیح: شرکت نقش تندیس آریا صاحب نام و پیشرو در صنعت نوشت‌افزار، محصولات آموزشی و هنری می‌باشد. اکنون تولیدات این شرکت بیش از ۱۳۰ محصول در گروه‌های انواع خمیربازی، آبرنگ، رنگ انگشتی، گواش، پاستل روغنی و مداد شمعی، ظروف غذاخوری کودک، چسب ماتیکی، خمیر شنی، مداد تحریر و رنگی، خط‌کش و انواع محصولات جانبی می‌باشد. این شرکت دارای استاندارد سیستم مدیریت رضایت مشتری ISO10002:2014 و نیز عضو شرکت‌های خلاق "برنامه توسعه زیست بوم" معاونت علمی و فن آوری ریاست جمهوری می‌باشد. محصولات شرکت آریا دارای نشان استاندارد ملی ایران و استاندارد اروپا CE می‌باشند. در حال حاضر محصولات این شرکت علاوه بر اینکه پاسخگوی نیاز کشور است، صادراتی هم به کشورهای خاورمیانه و اروپا داشته‌اند. هم اکنون گروه صنعتی "نقش تندیس آریا" دارای سه واحد کارخانه مستقل در شهرستان رباط کریم و شهرک صنعتی نصیرآباد می‌باشد و بیش از ۵۰۰ نفر نیروی انسانی در سطوح مختلف این مجموعه مشغول به کار می‌باشند. واحد تولیدی جدید شرکت آریا نیز واقع در شهرک صنعتی نصیرآباد در حال راه اندازی است

ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی

بازیگران اصلی صنعت نوشت افزار ایران

P4PCO
STATIONERY



توضیح: شرکت پارسا پلاستیک (پاپکو) در سال ۱۳۶۳ با هدف تولید انواع لوازم التحریر اداری، سمیناری، مدیریتی و دانشجویی تاسیس گردید و با بهره‌گیری از فرآیند کامل دانش فنی، ماشین‌آلات پیشرفته، بهترین مواد اولیه و هماهنگی و همکاری مدیران و نیروهای متخصص و کارآموده در مسیر پیشرفت صنعت لوازم التحریر حرکت می‌نماید. پاپکو با بهره‌مندی از سیستم‌های کیفی و واحد های R&D و Q&C و CRM در راستای ارائه محصولات کیفی و کاربردی فعالیت می‌کند. استراتژی این شرکت کیفیت، نوآوری، قیمت مناسب، محصولات User Friendly و رضایت مشتری می‌باشد.

محصولات
پاپکو

Pelikan



استامپ پد و ماژیک
هایلایتر؛ از محصولات
شرکت پلکان

توضیح: شرکت پلکان در سال ۱۳۴۵ فعالیت خود را به عنوان اولین تولیدکننده لوازم التحریر اداری و مدرسه آغاز کرد. از محصولات تولیدی این شرکت در ابتدا می‌توان کاغذ کاربن، جوهر خودنویس و ریون دستگاه تایپ را نام برد. در طی سال‌های فعالیت با توجه به نیاز بازار و با خلاقیت در تولید، محصولاتی مانند استامپ پد، جوهر استامپ، پاک‌کن، کاربن، خودکار، ماژیک و انواع کاغذ اداری و حرارتی به سبد کالایی این مجموعه‌ی تولیدی اضافه گردیده است.



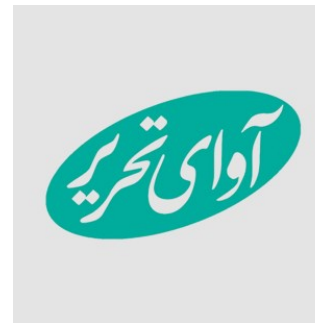
ارتقاء
تاب‌آور
تقویت
بین‌المللی



بازیگران اصلی صنعت نوشت افزار ایران



توضیح: شرکت پارس مداد در سال ۱۳۶۱ با ظرفیت ۱/۵ میلیون قراض (بیش از ۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ عدد) در سال تاسیس گردید. این شرکت در سال ۱۳۶۸ موفق به دریافت اولین پروانه استاندارد تولید مداد در ایران شد و اکنون این نشان را حفظ نموده است. این شرکت طی ۳۰ سال گذشته تنوع تولیدات خود را گسترش داده و تولید انواع مدادهای فنی مهندسی و قلم خودکار را نیز به محصولات خود افزوده است. همچنین کالاهائی چون لاک غلطگیر، چسب ماتیکی، ماژیکهای وایت برد و دائمی نیز اقلام وارداتی شرکت میباشند. این شرکت تحت برند استایلش نیز به تولید محصول میپردازد.



توضیح: تولیدی آوای تحریر با ۳۲ سال فعالیت مستمر، بیش از هر چیز به عنوان دوستدار محیطزیست و دارای تنوع کالایی شناخته می شود. پیشینهی مجموعه ای که امروز به نام آوای تحریر می شناسیم به سال ۱۳۷۰ برمی گردد؛ کارگاه کوچکی که در ابتدا با هدف تولید دفترهای مدرسه ای راه اندازی شده بود. اما رفته رفته، بر اساس نیاز بازار، در کنار دفاتر تحصیلی، شروع به تولید کالاهای متنوعی مانند تخته شاسی، کلاسور، یادداشت، جامدادی، انواع شابلون، خطکش با برندهای TAT و E&P نمود. در همین راستا در سال ۱۳۹۸ خط تولید مداد و مدادرنگی پلیمری با برند LINDEN، را نیز راه اندازی نمود که برای تولید این مدادها هیچ درختی قطع نخواهد شد، تجزیه پذیر هستند و به چرخه ی محیطزیست بر می گردند. همچنین در سال ۱۳۹۹ این شرکت دست به تولید مجموعه ای از هدایای تبلیغاتی، کاربردی و کادویی با برند DORNIKA در بسته بندی های خاص و شکل زد.

ارتقاء
تاب
تجرب
تقویت
بین المللی

محصولات شرکت پارس
مداد



مدادرنگی پلیمری از
محصولات آوای تحریر
تحت برند لیندن

جامدادی و دفتر یادداشت
آوای تحریر





نمایشگاه‌های اصلی صنعت نوشت افزار در جهان

نمایشگاه نوشت افزار فرانکفورت

(Paperworld Frankfurt)

توضیح: نمایشگاه نوشت افزار فرانکفورت که از سال ۱۹۹۷ آغاز به کار کرده و هر ساله در ماه ژانویه و در برج مسه فرانکفورت برگزار می‌شود، مهم‌ترین پلتفرم اطلاعاتی و ارتباطی جهان برای بخش کاغذ، لوازم اداری و لوازم التحریر است. در این نمایشگاه هر ساله آخرین محصولات و روندهای صنعت نوشت افزار به نمایش درمی‌آید و تمام بخش‌های نوشت افزار از جمله لوازم اداری، لوازم چاپگر، تجهیزات نوشتن و طراحی، لوازم مدرسه، هدایا، بسته‌بندی، محصولات نوشت افزار اختصاصی و سفارشی را پوشش می‌دهد. ترکیب پر جنب و جوش تجارت، فناوری و انتقال دانش، این نمایشگاه را به پلتفرم ارزشمندی برای همه شرکت‌های درگیر در این صنعت تبدیل می‌کند. بخش قابل توجهی از بازدیدکنندگان به دنبال ایجاد روابط تجاری جدید و تقویت موقعیت بازار خود در دنیای کاغذ هستند. از سایر اهداف کلیدی این رویداد می‌توان به تبادل دانش، ارزیابی و خرید آخرین محصولات اشاره داشت.



نمایشگاه نوشت افزار فرانکفورت - ژانویه ۲۰۲۳

ارتقاء
تاب
و قوت
بین المللی



نمایشگاه‌های اصلی صنعت نوش‌افزار در جهان



نمایشگاه نوش‌افزار دبی - ۲۰۲۲

نمایشگاه نوش‌افزار دبی (Paperworld Middle East)

توضیح: نمایشگاه نوش‌افزار خاورمیانه، یک رویداد تجاری پیرامون محصولات کاغذ، نوش‌افزار و لوازم اداری است که هر ساله به مدت سه روز در دبی صورت می‌یابد. این نمایشگاه میزبان پنل‌هایی چون GreenOffice است که با هدف ترویج محصولات اداری سازگار با محیط زیست ارائه می‌شود و روند کلی صنعت را از نظر تطبیق با پایدارسازی محیط‌زیست دنبال می‌کند. تحلیل‌گران از رویداد نوش‌افزار دبی به بزرگوار ورود به بازارهای خاورمیانه، آفریقا و شبه قاره هند یاد می‌کنند.

ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی



نمایشگاه‌های اصلی صنعت نوشت افزار در جهان

نمایشگاه نوشت افزار شانگهای

(Paperworld China)

توضیح: این رویداد با دربرگرفتن محصولات لوازم التحریر، لوازم اداری و سرگرمی و صنایع دستی، بستر مناسبی را برای ارائه محصولات با کیفیت و با طراحی اصلی فراهم می‌کند. این پلتفرم در مرکز تجاری چین - شانگهای، جایی که شرق به غرب می‌رسد، واقع شده است. نمایشگاه نوشت افزار شانگهای با بازدید بیش از ۱۲۸۵۷۲ خریدار حرفه‌ای از این نمایشگاه در دوره‌ی اخیرش موفقیت بزرگی داشت.

در این نمایشگاه می‌توان طیف کاملی از محصولات برای مدرسه، اداره و خانه، ترکیبی از فرهنگ شرق و غرب و مجموعه‌ای از برنامه‌های آموزنده به اشتراک گذاشته شده توسط متخصصان صنعت را یافت.



نمایشگاه نوشت افزار هنگ کنگ

(International Stationery & School Supplies Fair Hong Kong)

توضیح: نمایشگاه لوازم التحریر هنگ کنگ، یکی از رویدادهای همزمان IMEGA SHOW SERIES است، که اکتبر هر سال در هنگ کنگ دایر است. نمایشگاه بین‌المللی لوازم التحریر و مدرسه هنگ کنگ به عنوان یک ویتترین از جدیدترین و بهترین‌ها در جهان لوازم التحریر، فرصت‌های فراوانی را برای تأمین‌کنندگان پیشروی صنعت فراهم می‌کند تا با خریداران از سراسر جهان ارتباط برقرار کنند.



شرکت‌های فناوری، دانش‌بنیان و خلاق فعال در صنعت نوشت افزار کشور

شرکت	نام محصول خلاق	حوزه
انتشارات کتاب رواق اندیشه	نوشت افزار	یادگیری، چاپ و نشر
قاصدک	محصولات نوشت افزار و سرگرمی	سرگرمی
موسسه فرهنگی هنری خراسان	نوشت افزار آفتاب	یادگیری، چاپ و نشر
نقش تندیس آریا	نوشت افزار (مداد تحریر، نقاشی و ...)	بازی، اسباب بازی و سرگرمی
روناک تحریر شمال	پرگار مسطح آسان رسم دایره‌ای شکل	یادگیری، چاپ و نشر

Source: Cyber-law



استارت‌اپ‌های فعال در صنعت نوشت افزار ایران

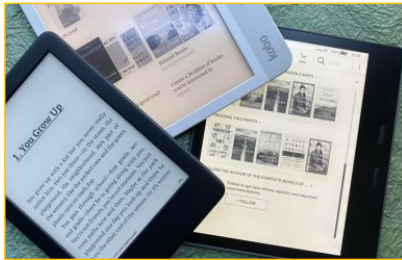
نام محصول	استارت‌اپ
دفترهای ماشینی	خانه‌ی فرهنگ ادواردو آنیلی
الفبارون	هدهدک
انار	آرکافیدار انار
نوشت‌افزار اختصاصی شده	طراحی سیمی
دور دور	قندون
محصولات مبتنی بر تصویرسازی‌های بومی	استودیو مورچه
تولید انواع نوشت‌افزار با کیفیت بین‌المللی	رز تحریر یزد



روندهای پیش روی صنعت نوشت افزار

- ❑ فناوری‌های جدید
- ❑ تغییرالگوهای مصرف
- ❑ پایسته‌های محیط‌زیستی
- ❑ سمت‌وسوی بازارهای منطقه‌ای و جهانی

فناوری‌های جدید



مصرف پایین انرژی

نمایش محتوا نزدیک به کاغذ واقعی

جوهر
دیجیتال
digital ink

ذخیره‌ی داده‌های دیجیتال بر محیط مبتنی بر اینترنت بدون نیاز به سخت‌افزار و حافظه‌های فیزیکی

فضای ابری
Cloud
Storage



ارتقاء مل
تاب اور
وقابت یدر
بین الملل

تغییر الگوهای مصرف

ارائه‌ی آموزش از طریق منابع دیجیتال و به صورت برخط

تثبیت تدریجی
مجازی شدن
آموزش به عنوان
الگویی بدیل
E- Learning

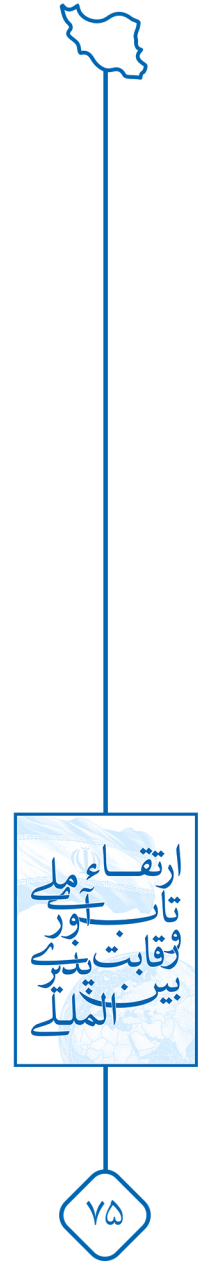
ابزار ثبت و ضبط محتوا در فضای دیجیتال

اقبال به نوشت افزار
دیجیتال
Digital
Stationery

ارتقاء
تاب آوری
و رقابت
بین المللی



ارتقاء ملے
تاب اور
وقایت یدر
بین المللے



Chapter 1

T



بایسته‌های محیط‌زیستی

تمرکز بر مواد تولیدی قابل استفاده‌ی
مجدد، بازیافتنی و سازگار با
محیط‌زیست چون کاغذ استفاده
شده، چوب و لاستیک مصنوعی

گرایش روبه رشد تعهد به حفظ طبیعت در تولید و
نیز به مثابه‌ی رویکردی برای نمایش روزآمدی

تبلیغ مداد فاقد چوب
توسط یک کسب‌وکار
ایرانی صنعت نوشت‌افزار
در نمایشگاه ایران‌پنکس



مداد پلیمری؛
مداد دوستدار
طبیعت



ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی



ملاحظات از روندهای پیشروی بازار جهانی محصولات نوشت افزار طی چند سال آینده

آسیا- اقیانوسیه به مثابه‌ی بزرگترین منطقه‌ی تجاری محصولات نوشت افزار

افزایش تقاضا برای کالاها در بازار جهانی محصولات نوشت افزار به دلیل افزایش جمعیت کودکان و گسترش زیرساخت‌های شرکتی

رشد پیوسته‌ی درآمدها در آمریکای شمالی و اروپا

شدت گرفتن رقابت میان بازیگران اصلی صنعت نوشت افزار جهان

ارتقاء
تاب آوری
رقابت بین
المللی

notas



60枚

好きな色から使える
インデックスふせん



MISS
TIME

LOADING ...

98%

ZAOMO

Bookmarks

STICKY NOTE

176 | GIGANTES DA ESTRAT

Se parecer inofensivo for im
das companhias bem-suc
no escuro sobre suas
adivinhar por meio de dribl

Banque o cachorrinho

Apesar de Steve Jobs não s
lofotes, à sua própria man
dos maiores adeptos do
Um exemplo notável foi su
para ser lançado. Ao deci
música, ele quis compran
o executivo sênior da Ap
esse plano logo firmou

نگاشت نهادی صنعت نوشت افزار

- نظام نوآوری و نگاشت نهادی
- نهادها و ذی نفعان صنعت نوشت افزار کشور
- جدول نگاشت نهادی صنعت نوشت افزار
- تحلیل جدول نگاشت نهادی

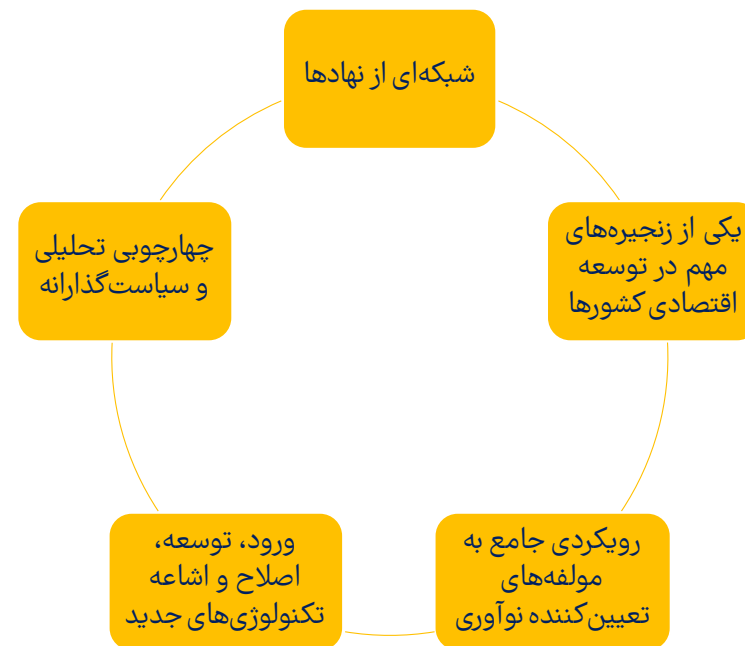
索引便利贴
INDEX NOTE PAPER



نظام نوآوری - National Innovation System

توضیح: نظام نوآوری چهارچوب تحلیل و سیاست‌گذارانه‌ای است که در حال حاضر مورد توجه ویژه‌ی سیاست‌گذاران قرار گرفته است. اسناد توسعه‌ی علمی و فناوری‌های کشورها مبتنی بر آن تنظیم می‌شود و قانون‌گذاران نیز تلاش دارند تا شرایط قانونی و حقوقی لازم را برای تحقق

بسامان این نظام‌ها فراهم سازند. به عبارت بهتر، نظام نوآوری نشانگر رویکردی جامع با ظرفیت توجه به غالب مولفه‌های تعیین‌کننده‌ی نوآوری است. به این ترتیب نظام نوآوری به یکی از زنجیره‌های مهم در توسعه‌ی اقتصادی کشورها بدل شده است.



ویژگی‌های نظام ملی نوآوری

ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی



نگاشت نهادی-Institutional Mapping

که با نمایی ساده و جامع وضعیت موجود نظام نوآوری را نشان می‌دهد و با بررسی آن می‌توان نقایص موجود در اجزاء و روابط میان اجزای نظام را شناسایی و تحلیل کرد تا برای اصلاح این موارد برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام داد.

توضیح: نگاشت نهادی نقشه‌ای است که بازیگران اصلی و تعاملات آن‌ها را نشان می‌دهد و می‌تواند خلأها و موانع ساختارها را روشن‌تر کند. به کمک نگاشت نهادی می‌توان درک بهتری از وضع ظاهری نظام ملی نوآوری به دست آورد. نگاشت نهادی چهارچوبی است

ویژگی‌های چهارچوب تحلیلی نگاشت نهادی

شناسایی نقایص موجود در اجزاء و روابط میان نهادها

به دست دادن نمایی ساده و جامع از وضعیت نوآوری

احصای کارکردها و فعالیت‌های لازم یک نظام

تمرکز بر بازیگران کلیدی یک نظام

ارتقاء
تاب‌آوری
رقابت
بین‌المللی



کارکردها و زیرکارکردهای نگاشت نهادی نظام ملی نوآوری صنعت نوشت افزار

پشتیبانی و زیرساخت	فرایند تولید	سیاست گذاری، تنظیم گری، نظارت و ارزیابی
• تأمین، تسهیل و توسعه مالی • توسعه کارآفرینی • بازارها و زیرساخت های • صادراتی و وارداتی • آگاهی، تبلیغ و فرهنگ سازی • زیرساخت های آموزشی و پژوهشی • اماکن و زیرساخت های • تأسیساتی • زیرساخت های اطلاعاتی و ارتباطی	• ایده، طرح • تأمین، تولید و تبدیل • توزیع و بازتوزیع • مصرف	• هدایت و هدف گذاری • هماهنگی و یکپارچه سازی • تدوین و تصویب قوانین • صدور مجوز • ارزیابی و نظارت • شبکه سازی • نهادسازی • مالکیت فکری

ارتقاء ملی
تاب آور
نقابند
بین المللی

منبع: نظری زاده، فرهاد، میرشاه ولایتی، فرزانه. (۱۳۹۴). مدل نظام نوآوری محصولات فرهنگی

مراحل ترسیم نگاشت نهادی صنعت نوشت افزار

مطالعات اکتشافی آغازین و جستجوهای اینترنتی

مرور و بررسی مأموریت‌ها و شرح وظایف نهادها

ترسیم اولیه‌ی نگاشت نهادی صنعت

صحت‌سنجی طرح اولیه‌ی جدول نگاشت نهادی با بهره از مصاحبه

نهایی‌سازی جدول نگاشت نهادی



جدول نگاشت نهادی صنعت نوشت افزار

نهادهای فعالان و ذی نفعان			
شورای فرهنگی دفتر رهبری	شورای عالی انقلاب فرهنگی	ستاد توسعه فناوری های نرم و صنایع خلاق	وزارت آموزش و پرورش
دفتر نوشت افزار وزارت صمت	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	کمیسیون صنایع و معادن مجلس	کمیسیون آموزش مجلس
کمیسیون فرهنگی مجلس	کمیسیون ویژه جهش تولید	وزارت امور خارجه	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
صداوسیما	سازمان امور مالیاتی	گمرک	سازمان بورس
سازمان توسعه تجارت	سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان	شرکت شهرک های صنعتی استان ها	سازمان ملی استاندارد ایران
ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز	سازمان تعزیرات حکومتی	شرکت ملی صنایع پتروشیمی	سازمان غذا و دارو
شرکت های بیمه	ادارات کار	مرکز مالکیت معنوی	اداره کل ثبت شرکت ها و مالکیت صنعتی

ارتقاء ملی
تاب آور
رقابت پذیری
بین المللی



نهادها، فعالان و ذی نفعان

ساترا	بانک مرکزی	نیروی انتظامی	مرکز آماری
کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان	سازمان نهضت سوادآموزی	کمیسیون نوشت افزار مجمع عالی واردات	اتحادیه فروشندگان نوشت افزار
انجمن صنفی کارفرمایی تولیدکنندگان نوشت افزار	مجمع نوشت افزار ایران اسلامی	سازمان تبلیغات اسلامی	بنیاد برکت
بنیاد احسان	بنیاد علوی	بنیاد کرامت	بنیاد خاتم الاوصیاء
سازمان اوج	سازمان بسیج مستضعفین	بانکها	صندوق های حمایتی
شهرداری ها	مدارس	ادارات	حوزه های علمیه
سازمان بهزیستی	کمیته امداد	سازمان های مردم نهاد خیریه ای	اتحادیه انجمن های اسلامی دانش آموزان



نهاده‌ها، فعالان و ذی‌نفعان

انجمن اسلامی معلمان ایران	مصرف‌کنندگان شخصی	واردکنندگان	فروشگاه‌های خرده‌فروشی
نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها	توزیع‌کنندگان عمده	وبسایت‌های اینترنتی فروش	افراد، گروه‌ها و آژانس‌های طراح و ایده‌پرداز
شرکت‌های تولیدی دولتی	تولیدکنندگان بزرگ و کارخانه‌ای	تولیدکنندگان خرد و کارگاهی	مهندسان صنعتی، قالب‌سازان و چاپ‌کنندگان
ایده‌پردازان و مجریان تبلیغاتی	شرکت آوایک تحریر ایرانیان	نشریات و مجلات	شبکه‌های اجتماعی مجازی
مراکز دانشگاهی و پژوهشی	سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای	پژوهش‌گران	

ارتقاء
تاب‌آور
توانمند
بین‌المللی

جدول نگاشت نهادی صنعت نوشت افزار

سیاست‌گذاری، نظارت و ارزیابی		فرآیند تولید		زیرساخت و پشتیبانی										ذی‌نفعان و نهادها									
				توسعه نیک‌بنیان	زیرساخت‌های فناورانه	زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی	اماکن و زیرساخت‌های تأسیساتی	زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی	آگاهی، تبلیغ و فرهنگ‌سازی	بازارها و زیرساخت‌های صادراتی	توسعه کارآفرینی	تسهیل و توسعه مالی	مصرف		توزیع و بازتوزیع	تأمین، تولید و تبدیل	ایده، طرح	مالکیت فکری	نهادسازی	شبکه‌سازی	ارزیابی و نظارت	صدور مجوز	تدوین و تصویب قوانین
	*																					*	شورای فرهنگی دفتر رهبری
					*		*									*	*			*		*	شورای عالی انقلاب فرهنگی
	*			*	*		*	*									*				*		ستاد فناوری‌های نرم
			*		*		*											*		*	*		وزارت آموزش و پرورش
						*	*	*										*	*	*	*	*	دفتر نوشت‌افزار وزارت صمت

[illegible]



ذی نفعان و نهادها	سیاست گذاری، نظارت و ارزیابی								فرآیند تولید		زیر ساخت و پشتیبانی											
	هدایت و هدفگذاری	هماهنگی و یکپارچه سازی	تدوین و تصویب قوانین	صدور مجوز	ارزیابی و نظارت	شبکه سازی	نهاد سازی	مالکیت فکری	ایده، طرح	تأمین، تولید و تبدیل	توزیع و بازتوزیع	مصرف	تسهیل و توسعه مالی	توسعه کارآفرینی	بازارها و زیر ساخت های صادراتی	فرهنگ سازی	آگاهی، تبلیغ و	زیر ساخت های آموزشی و پژوهشی	اماکن و زیر ساخت های تأسیساتی	زیر ساخت های اطلاعاتی و ارتباطی	زیر ساخت های فناورانه	توسعه نیک بنیان
						*									*	*	*					
									*							*	*					*
													*									
														*								
														*								
											*					*						
گمرک										*					*							
سازمان امور مالیاتی													*									
صداوسیما									*							*						
سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی						*									*	*						
وزارت امور خارجه															*	*						

[illegible]



[illegible]



سیاست‌گذاری، نظارت و ارزیابی		فرآیند تولید		زیرساخت و پشتیبانی	
ذی‌نفعان و نهادها	نیروی انتظامی	مرکز آمار	کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان	سازمان نهضت سوادآموزی	کمیسیون نوشت‌افزار مجمع عالی واردات
اهدایت و هدفگذاری					
هم‌هنگی و یکپارچه‌سازی					
تدوین و تصویب قوانین					
ارزیابی و نظارت	*				
صدور مجوز					
شبکه‌سازی					
نهادسازی					
مالکیت فکری					
ایده، طرح					
تأمین، تولید و تبدیل			*		*
توزیع و بازتوزیع			*		*
مصرف				*	
تسهیل و توسعه مالی					
توسعه کارآفرینی					
بازارها و زیرساخت‌های صادراتی					*
فرهنگ‌سازی			*		
آگاهی، تبلیغ و			*		
زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی					
امکن و زیرساخت‌های تأسیساتی			*		
زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی	*				
زیرساخت‌های فناوریانه					
توسعه نیک‌بینان					



ذی نفعان و نهادها	سیاست گذاری، نظارت و ارزیابی								فرآیند تولید			زیرساخت و پشتیبانی										
	اهدایت و هدفگذاری	همه‌نگی و یکپارچه‌سازی	تئوین و تصویب قوانین	صدور مجوز	ارزیابی و نظارت	شیکه‌سازی	نهادسازی	مالکیت فکری	ایده، طرح	تأمین، تولید و تبدیل	توزیع و بازتوزیع	مصرف	تسهیل و توسعه مالی	توسعه کارآفرینی	بازارها و زیرساخت‌های صادراتی	فرهنگ‌سازی	آگاهی، تبلیغ و	زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی	اماکن و زیرساخت‌های تأسیساتی	زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی	زیرساخت‌های فناوریانه	توسعه نیک‌بینان
				*	*	*																
					*	*																
					*	*					*			*			*	*	*			*
											*						*	*	*			
											*						*	*	*			*
											*				*							
															*			*	*			*



سیاست‌گذاری، نظارت و ارزیابی		فرآیند تولید		زیرساخت و پشتیبانی	
توسعه نیک‌بینان	توسعه نیک‌بینان	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
زیرساخت‌های فناورانه	زیرساخت‌های فناورانه	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی	زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
اماکن و زیرساخت‌های تأسیساتی	اماکن و زیرساخت‌های تأسیساتی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی	زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
آگاهی، تبلیغ و فرهنگ‌سازی	آگاهی، تبلیغ و فرهنگ‌سازی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
بازارها و زیرساخت‌های صادراتی	بازارها و زیرساخت‌های صادراتی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
تسهیل و توسعه مالی	تسهیل و توسعه مالی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
مصرف	مصرف	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
توزیع و بازتوزیع	توزیع و بازتوزیع	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
تأمین، تولید و تبدیل	تأمین، تولید و تبدیل	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
ایده، طرح	ایده، طرح	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
مالکیت فکری	مالکیت فکری	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
نهادسازی	نهادسازی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
شبکه‌سازی	شبکه‌سازی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
ارزیابی و نظارت	ارزیابی و نظارت	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
صدور مجوز	صدور مجوز	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
تدوین و تصویب قوانین	تدوین و تصویب قوانین	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
هماهنگی و یکپارچه‌سازی	هماهنگی و یکپارچه‌سازی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
هدایت و هدفگذاری	هدایت و هدفگذاری	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
بنیاد احسان	بنیاد احسان	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
بنیاد علوی	بنیاد علوی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
بنیاد کرامت	بنیاد کرامت	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
بنیاد خاتم‌الاولیاء	بنیاد خاتم‌الاولیاء	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی
سازمان اوج	سازمان اوج	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی



ارتقاءِ ملے
تاب آور
وقابتِ بندے
بین الملی

[illegible]



[illegible]

[illegible]

[illegible]



سیاست‌گذاری، نظارت و ارزیابی		فرآیند تولید		زیرساخت و پشتیبانی		ذی‌نفعان و نهادها	
مالکیت فکری		توزیع و بازتوزیع	مصرف	توسعه کارآفرینی	بازارها و زیرساخت‌های صادراتی	فرهنگ‌سازی	توسعه نیک‌بینان
نهادسازی		تأمین، تولید و تبدیل		تسهیل و توسعه مالی		آگاهی، تبلیغ و	زیرساخت‌های فناوریانه
شبکه‌سازی						*	زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی
ارزیابی و نظارت						*	امکان و زیرساخت‌های تأسیساتی
صدور مجوز							زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی
تدوین و تصویب قوانین						*	
هماهنگی و یکپارچه‌سازی						*	
هدایت و هدفگذاری							
نشریات و مجلات		شبکه‌های اجتماعی مجازی		مراکز دانشگاهی و پژوهشی		سازمان آموزش فنی‌وحرفه‌ای	
						پژوهش‌گران	



تحلیل جدول نگاشت نهادی صنعت نوشت افزار کشور

شأنیت مستقل صنعت در سیاست گذاری فرهنگی کشور	جنبه‌ی بارز صنعتی و سخت نوشت افزار
لزوم تقویت نقش ترویجی وزارت آموزش و پرورش و فرهنگ	کثرت نهادهای دارای کارکرد نظارتی و لزوم بازنگری در آن عطف به چالش‌هایی چون قاچاق
وجود مزیت تشکلهای صنفی متعدد با کارویژه‌های متفاوت	ضرورت تنوع در محصولات و توجه به ذائقه‌ی مخاطب با توجه به طیف مختلف مصرف‌کنندگان
قلت نهادها یا ذی‌نفعان فعال در زیرکارکردهای آموزشی و پژوهشی و فناورانه	جایگاه رو به افول کانون پرورش فکری در زیست‌بوم نوشت افزار
لزوم برداشتن گام‌های جدی در تسهیل صادرات صنعت	وجوب تقویت روند تبدیل تدریجی زیرساخت‌های تولید سنتی به تولید فناورانه و به روز

ارتقاء
تاب
توان
توان
توان
توان



ارتقاء ملے
تاب آور
وقایت یدر
بین الملے



احصای چالش‌های صنعت نوشت افزار کشور؛

❑ مبتنی بر هفت بخش نظام نوآوری:

- ❑ سیاست‌گذاری، نظارت و ارزیابی
- ❑ مخاطب و مصرف
- ❑ تأمین مالی
- ❑ تولید و اشتغال
- ❑ آموزش و پژوهش
- ❑ ترویج و گفتمان‌سازی
- ❑ بازار و فروش



سوالات مصاحبه نیمه ساخت یافته با ذی نفعان صنعت نوش افزار

- ❑ تعریف شما از نوش افزار و گونه شناسی آن از آن به چه صورتی است؟
- ❑ دلالت های فرهنگی صنعت نوش افزار را چطور ارزیابی می کنید؟
- ❑ گردش مالی صنعت نوش افزار در ایران و سطح جهانی چگونه است؟
- ❑ اشتغال زایی صنعت نوش افزار کشور در چه وضعیتی به سر می برد؟
- ❑ تراز تجاری واردات و صادرات صنعت در چه نقطه ای قرار دارد؟
- ❑ مجموعه های تولیدی یا برندهای موفق فعال در صنعت نوش افزار، در دو سطح داخلی و خارجی را کدامها می دانید؟
- ❑ به طور کلی کیفیت و میزان مداخله دولت در صنعت نوش افزار را چگونه ارزیابی می کنید؟
- ❑ چه نهادها و مراکز و ذی نفعانی در ایران متولی اصلی صنعت نوش افزار هستند؟
- ❑ وضعیت تحقیق و توسعه و نوآوری در صنعت نوش افزار در چه وضعیتی قرار دارد؟
- ❑ در حوزه ی صنعت نوش افزار با چه چالش هایی در کشور مواجه ایم؟
- ❑ چه پیشنهادها یا راهکارهایی برای کاهش چالش های صنعت نوش افزار به دست می دهید؟
- ❑ چه چشم اندازی را در کوتاه مدت و همچنین در بلندمدت برای نوش افزار کشور متصورید؟

لیست مصاحبه‌شوندگان صنعت نوشت افزار

نام مصاحبه‌شونده	سمت	جایگاه در خوشه	تاریخ مصاحبه
۱ محمد یقینی	مدیرعامل مجمع نوشت‌افزار ایرانی اسلامی	مسئول صنفی	۲۶ آذر ۱۴۰۱
۲ سعید حسینی	عضو هیئت مدیره مجمع ایران‌نوشت	مسئول صنفی	۱۳ دی ۱۴۰۱
۳ مهدی یوسف‌وندی	مدیرعامل خانه خلاق و نوآوری تِم	صاحب‌نظر	۲۷ آذر ۱۴۰۱
۴ محمدمهدی ایزدخواه	مدرس و مدیرعامل موسسه‌ی ترجمان علوم انسانی	پژوهشگر	۲۳ دی ۱۴۰۱
۵ رضا برنگی	مدیر نظارت بر چاپ و توزیع محصولات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان	مسئول دولتی	۲۶ آذر ۱۴۰۱
۶ وحید شجاعی‌نیا	مدیرعامل شرکت قلم خودکار صفا (کیان)	تولیدکننده	۲۶ آذر ۱۴۰۱
۷ موسی فرزانیان / تقی غضنفری	رئیس و نائب‌رئیس اتحادیه‌ی فروشندگان نوشت‌افزار تهران	مسئول صنفی	۱۲ دی ۱۴۰۱
۸ مجید اکبری	مدیرعامل شرکت آواییک تحریر ایران	ترویج‌دهنده	۱۴ دی ۱۴۰۱
۹ مهرداد عالی‌پور	مدیرعامل شرکت پنتر	تولیدکننده	۱۲ دی ۱۴۰۱
۱۰ محمدهاشم الهی	مدیرعامل شرکت آوای تحریر	تولیدکننده	۱۶ بهمن ۱۴۰۱
۱۱ محمدعلی زبرجدیان	مدیرعامل شرکت زینوتحریر	توزیع‌کننده	۱۱ دی ۱۴۰۱
۱۲ ضیاءالدین جلالیان	مدیرعامل شرکت پارس‌مداد	تولیدکننده	۲۰ دی ۱۴۰۱



هفت بخش نظام نوآوری

توضیح: در این بخش از گزارش، ما به گردآوری و احصای چالش‌های موجود در این صنعت خطر کرده‌ایم. عمده موارد ذکر شده، منتج از گفتگوهایی است که در مصاحبه با فعالین صنعت (صاحب‌نظر، فعال صنفی، تولیدکننده، ترویج‌دهنده و مسئول دولتی) به دست آمده است.

همچنین خالی از فایده نیست که اشاره شود، ترتیب و دسته‌بندی ذکر هر یک از چالش‌ها، بر حسب هفت بخش نظام نوآوری صورت یافته است. در شکل حاضر شماتیک هفت بخش نظام نوآوری را نظاره می‌کنیم.



ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی

چالش‌های صنعت نوشت افزار ایران «بر حسب هفت بخش نظام نوآوری»

سیاست‌گذاری، نظارت و ارزیابی

- ❑ اعمال دستورالعمل‌های یک‌جانبه‌ی غیرکارشناسانه یا فقدان ثبات در سیاست‌ها
- ❑ فقدان توجه به مقوله‌ی الگومایی یا بازارپردازی فرهنگی
- ❑ قاچاق محصولات بی‌کیفیت نوشت‌افزار به داخل
- ❑ عدم حمایت ویژه از مجموعه‌های هویت‌ساز نوشت‌افزار ایرانی اسلامی
- ❑ کم‌اظهاری واردکنندگان نسبت به اقلام وارداتی در گمرک
- ❑ عدم تدوین مناسب زیرساخت‌های اطلاعاتی در وزارت صمت
- ❑ نبود ضمانت اجرای کافی برای قوانین کپی‌رایت

تولید و اشتغال

- ❑ کثرت قوانین و مقررات دست‌وپاگیر در بخش دولتی
- ❑ تولید زیرپله‌ای و خارج از نظارت
- ❑ عدم به کار بستن ظرفیت نهایی و اسمی تولیدکنندگان
- ❑ استفاده از تکنولوژی‌های ساده و قدیمی و عدم روی‌آوری به

نوآوری‌های جدید

- ❑ ضعف استانداردهای بهداشتی در بین برخی اقلام تولیدی صنعت
- ❑ گرانی روزافزون مواد اولیه

تأمین مالی

- ❑ تحریم‌ها و مشکلات پیش‌اروی در پرداخت‌های بین‌المللی
- ❑ بی‌ثباتی وضعیت اقتصادی و تورم و نوسانات نرخ ارز
- ❑ بالا بودن نرخ بهره بانکی
- ❑ ماهیت فصلی فروش در صنعت نوشت‌افزار و خواب سرمایه‌ی بالا در آن
- ❑ افزایش مدام قیمت مواد اولیه از جمله صنایع پتروشیمی
- ❑ مالیات‌ستانی گسترده از تولیدکننده با توجه به ضریب سود پایین صنعت
- ❑ عدم حمایت ویژه از صنعت علی‌رغم پیش‌رو بودن آن در میان خوشه‌های صنایع فرهنگی



❑ بازار و فروش

- ❑ بازار محدود داخلی و عدم تناسب بازار و ظرفیت تولید
- ❑ ممنوعیت واردات و بروز انحصار در تولید و از بین رفتن رقابت آزاد و سالم
- ❑ کاهش تدریجی جمعیت و به تبع آن، کاهش تقاضا برای محصولات نوشت افزار
- ❑ واردات بی رویه ی محصولات که نمونه مشابه با کیفیت داخلی دارند
- ❑ پایین آمدن قدرت خرید مصرف کنندگان

❑ مخاطب و مصرف

- ❑ پایین بودن وجه عمومی کیفیت محصولات داخلی در نزد مصرف کنندگان
- ❑ عدم شناخت کافی تولید کنندگان محتوا از سلیق و نیازهای کودکان و نوجوانان
- ❑ احتمال بالای تغییر الگوی مصرف مصرف کنندگان
- ❑ آگاهی ناکافی خانواده ها از محصولات مناسب برای کودکان و نوجوانان
- ❑ بی توجهی به مقوله ی جذابیت در محصولات ایرانی

ارتقاء ملے
تاب اور
رقابت یدر
بین المللے

- ❑ وجود کاراکترهای اجباری در کالاهای معطوف به کودکان
- ❑ ظرفیت پایین صنایع محتوا سازی چون انیمیشن یا بازی های رایانه ای در داخل

❑ ترویج و گفتمان سازی

- ❑ هزینه ی بالای تبلیغات در صداوسیما
- ❑ استفاده تولید کنندگان ایرانی از برندهای خارجی برای فروش محصولات خود
- ❑ توجه کم رنگ وزارت ارشاد و آموزش و پرورش به نقش فرهنگی نوشت افزار و جایگاه فرهنگ ساز آن

❑ آموزش و پژوهش

- ❑ جایگاه ناچیز مولفه ی تحقیق و توسعه در میان تولید کنندگان
- ❑ عدم ارتباط میان مراکز دانشگاهی و فنی و حرفه ای و صنعت



ارتقاء ملے
تاب آور
وقایت یدر
بین المللے

۱۱۱



پیشنهادهایی در راستای
بهبود صنعت نوشت افزار



❑ راهکارهای احصاءشده از طریق تحلیل مصاحبه‌ها و مرور منابع متکی بر هفت
بخش نظام نوآوری
❑ راهکارهای اولویت‌دار مبتنی بر جدول سوات
❑ مشخصه‌سازی اقدامات اجرایی در حیطه مأموریت‌های ستاد توسعه فناوری‌های
نرم و صنایع خلاق (ناظر بر سطوح چهارگانه)



راهنمای سیاستی صنعت نوشت افزار ایران «بر حسب هفت بخش نظام نوآوری»

سیاست گذاری، نظارت و ارزیابی

- ✓ تدوین قانون کپی رایت داخلی نسبت به استفاده از حق تألیف های خارجی
- ✓ راه اندازی اکوسیستم تولید محتوا و کاراکتر برای نوشت افزار
- ✓ تقویت دستگاه های دیپلماسی فرهنگی و اقتصادی کشور
- ✓ هوشمندسازی سیاست های مداخله گرایانه ای چون ممنوعیت واردات
- ✓ افزایش نظارت بر تولید، واردات و عرضه محصولات با محتواهای غیر بومی
- ✓ ایجاد تسهیلات برای شکل گیری خانه های خلاق و شتاب دهنده ها در حوزه نوشت افزار
- ✓ ایجاد یک ساختار مدیریت و کنترل محتوایی نوشت افزار
- ✓ تسهیل ایجاد و تثبیت زنجیره موازی مرچندایزینگ در حوزه کودک و نوجوان

تولید و اشتغال

- ✓ تسهیل دسترسی به فناوری های جدید در ماشین آلات تولید
- ✓ باز گذاشتن مجاری رقابت آزاد در تولید
- ✓ تدوین و اجرای استانداردهای صنعت نوشت افزار
- ✓ جایگزینی مواد اولیه؛ مواد پلیمری به جای چوب
- ✓ لزوم تبدیل تدریجی زیرساخت های تولید اقلام نوشت افزار سنتی به اقلام جدید و فناورانه نمودن محصولات
- ✓ تقویت کارگاه ها یا مجموعه های خرد تولیدی به دلیل نقش مستقیمی که در اشتغال خانگی دارند.

تأمین مالی

- ✓ اعطای یارانه به تولید کنندگانی که کالای فرهنگی تولید می کنند
- ✓ قراردادن اقلام نوشت افزاری به عنوان کالایی فرهنگی در اولویت ارزی بانک مرکزی
- ✓ اعمال سیاست های حمایتی مقطعی نه قطعی

آموزش و پژوهش

- ✓ تقویت جایگاه مراکز فنی و حرفه ای عطف به ماهیت کارگاهی بخشی از صنعت
- ✓ حمایت از پژوهش در پیوند با استخراج و کاربردی سازی مضامین بومی در محصولات نوشت افزار
- ✓ حمایت از پژوهش های علمی در خصوص نیازهای مشتریان به ویژه کودکان و نوجوانان
- ✓ تعبیه استانداردهای اجباری نوآورانه جهت حرکت تولید به سمت نوآوری و دانش بنیان شدن

ارتقاء ملی
تاب آوری
رقابت پذیری
بین المللی



❏ ترویج و گفتمان سازی

- ❑ پررنگ ساختن جایگاه تبلیغی و ترویجی صداوسیما، وزارت ارشاد و آموزش و پرورش
- ❑ برگزاری ممتد نمایشگاه‌های تخصصی نوشت افزار (نه فروشگاه) برای ایجاد ارتباط و تعادل میان بازیگران صنعت
- ❑ لزوم فرهنگ سازی در حوزه مصرف محصولات داخلی و ایجاد خودباوری در کودکان و نوجوانان

❏ بازار و فروش

- ❑ ارائه‌ی مشوق‌های صادراتی برای فرار از اشباع بازار
- ❑ افزایش نرخ تعرفه محصولات خارجی وارداتی

❏ مخاطب و مصرف

- ❑ توجه ویژه به ذائقه سازی در میان کودکان و نوجوانان
- ❑ ایجاد بانک طرح‌های بومی نوشت افزار متناسب با نیازها و سلیقه مخاطبان داخلی و خرید حق استفاده از طرح‌ها از سوی دولت
- ❑ جلوگیری از گرانی محصولات نوشت افزار و کاهش ضریب توانایی خرید مصرف کنندگان



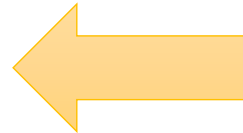
ارتقاء ملی
تاب آوری
رقابت پذیری
بین المللی

جدول سوات SWOT

Strengths (نقاط قوت)
Weaknesses (نقاط ضعف)
Opportunities (فرصت‌ها)
Threats (تهدیدها)

مهم‌ترین تهدیدات صنعت نوشت افزار کشور؟
مهم‌ترین فرصت‌های صنعت نوشت افزار کشور؟
نقاط ضعف صنعت نوشت افزار کشور؟
نقاط قوت صنعت نوشت افزار کشور؟

مهم‌ترین سوالات ناظر بر جدول سوات صنعت نوشت افزار



تکنیکی برای آشکارسازی نقاط قوت و
ضعف یک مجموعه یا صنعت و
مدیریت تهدیدها و فرصت‌های
پیشروی آن

فاکتورهای مثبت	فاکتورهای منفی	
نقاط قوت S	نقاط ضعف W	فاکتورهای داخلی
فرصت‌ها O	تهدیدها T	فاکتورهای خارجی
شماتیک جدول سوات		



جدول سوات صنعت نوشت افزار کشور

نقاط ضعف (W)

- صادرات ناچیز
- واردات بی‌رویه و قاچاق
- فن‌آوری پایین در تولید
- تولید زیرزمینی
- ضعف در تبلیغ و اقدامات ترویجی

نقاط قوت (S)

- وجود تشکلهای صنفی در بخش‌های مختلف صنعت
- دیرپایی صنعت
- شکل‌گیری نهاد متولی صنعت در وزارت صمت
- دایر بودن نمایشگاه‌های دائمی زنجیره‌ای ارزش صنعت

تهدیدها (T)

- اشباع بازار داخلی
- سختی مسیر فعالیت کسب‌وکارها در کشور
- تعدد تولیدکنندگان
- نوسانات قیمت ارز
- تورم و تزلزل در قدرت خرید مردم
- خطرپذیری صنعت در قبال امکان تغییر الگوهای مصرف مخاطبان

فرصت‌ها (O)

- جمعیت بالای دانش‌آموز و دانشجو
- بازار مصرف کشورهای همسایه و مسلمان
- اقبال مخاطبان ایرانی به کالاهای داخلی
- هزینه‌ی پایین نیروی کار
- وجود مواد اولیه‌ی تولید چون پلیمر در کشور
- حمایت‌های داخلی از اشتغال‌آفرینی خرد عطف به ماهیت کارگاهی بخش‌هایی از صنعت



جدول راهبردهای ماتریس تحلیل SWOT

ضعف W	قوت S	
راهبرد WO	راهبرد SO	فرصت O
راهبرد WT	راهبرد ST	تهدید T

بهره‌گیری از
فرصت‌ها برای
کاستن از شدت
نقاط ضعف

راهبرد ضعف- فرصت (WO)

بهره‌گیری از نقاط
قوت برای حداکثر
بهره‌برداری از
فرصت‌ها

راهبرد قوت- فرصت (SO)

پوشش نقاط ضعف
و حداقل‌سازی
تهدیدها

راهبرد ضعف- تهدید (WT)

بهره‌گیری از نقاط
قوت برای حذف اثر
تهدیدها

راهبرد قوت- تهدید (ST)

منبع: روش تحلیل راهبردی سوات، یوسف خجیر (۱۳۹۸)

ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی



ستاد توسعه فناوری‌های نرم و صنایع خلاق و صنعت نوشت افزار کشور؛ ارائه‌ی پیشنهادهایی در جهت بهبود وضعیت

- 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 اسلامی-ایرانی و انقلابی در جامعه.
- گسترش مخاطبان ملی و فراملی (با تأکید بر جهان اسلام) و افزایش رضایت‌مندی مردم از محصولات فرهنگی بومی.
- افزایش تولید محصولات فرهنگی دانش‌بنیان و دانش فنی و فناوری‌های مربوطه.
- دستیابی به شبکه‌ی تعاملی کارآمد و هم‌افزای داخلی، منطقه‌ای و جهانی به‌ویژه جهان اسلام؛ در تبدیل ایده، دانش و معرفت به محصولات فرهنگی اقتدارآفرین، استحکام‌بخش ساخت درونی نظام، معرفت‌آفرین و جذاب در هر شاخه و بین شاخه‌های صنایع فرهنگی.
- توسعه‌ی زیرساخت‌های ملی و بین‌المللی در زمینه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات جهت تسهیل ارتباطات میان فعالان، ارتباطات میان اجزای زنجیره‌های ارزش و ارتباطات با بازار عرضه‌ی محصولات و فناوری‌های فرهنگی و نرم.
- بهبود فضای کسب‌وکار و تقویت نظام نوآوری صنایع و محصولات فرهنگی اسلامی-ایرانی و انقلابی.
- افزایش بهره‌وری و توسعه‌ی نظام فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مبتنی بر فناوری‌های نرم.

ستاد توسعه
فناوری‌های
نرم و صنایع
خلاق

اهداف

ارتقاء
تاب‌آوری
و رقابت‌پذیری
بین‌المللی



ستاد توسعه
فناوری‌های
نرم و صنایع
خلاق

وظایف و مأموریت‌ها

- سیاست‌گذاری اجرایی، برنامه‌ریزی، هماهنگی و نظارت و ایجاد ارتباطات بین‌دستگاهی، تقسیم کار بین دستگاه‌ها و رصد اقدامات بر اساس سند.
- بررسی سالانه‌ی تحولات داخلی و بین‌المللی صنایع فرهنگی و ارائه‌ی پیشنهاد اصلاحات لازم برای بازنگری و به‌روزرسانی سند.
- تهیه و تدوین برنامه‌ی عملیاتی و نقشه‌ی راه اجرایی‌سازی سند در هر سال.
- حمایت مادی و معنوی، علمی، اطلاعاتی و تسهیل‌گری از شرکت‌های دانش‌بنیان و طرح‌های فناورانه و تجاری‌سازی آن‌ها مبتنی بر آیین‌نامه‌های مصوب در شورای ستاد.
- ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی بین‌دستگاهی برای دستیابی به اهداف سند.
- هدایت و هماهنگی منابع و امکانات مالی و سرمایه‌های انسانی کشور در حوزه‌ی صنایع فرهنگی.
- تدوین شاخص‌های مورد نیاز پایش سند و نظارت بر آن.
- پایش شاخص‌ها و ارائه‌ی گزارش سالانه.
- ارزیابی مستمر و نظارت بر حسن اجرای برنامه‌های محول‌شده به دستگاه‌ها و نظارت بر جذب، تفکیک و تخصیص بودجه و ارائه‌ی گزارش.

ارتقاء ملی
تاب‌آور
نقاب‌پذیر
بین‌المللی



صنعت نوشت افزار و سند ملی توسعه‌ی فناوری‌های نرم و فرهنگی

بند سیزده بخش ج (اهداف کمی) ماده‌ی پنج

افزایش سهم تولید لوازم التحریر بومی از بازار نوشت افزار کشور

ارائه‌ی پیشنهاداتی به
ستاد برای
نقش‌آفرینی در
صنعت نوشت افزار
ناظر بر اهداف و
مأموریت‌ها

در محورهای چون

- ارتقای کمی و کیفی تولید محصول فرهنگی.
- گسترش مخاطبان ملی و بین‌المللی محصول فرهنگی.
- توسعه‌ی زیرساخت‌های ملی و بین‌المللی.
- بهبود فضای کسب و کار.
- حمایت‌های مالی، معنوی، علمی و اطلاعاتی.
- هدایت و هماهنگی منابع و امکانات مالی و سرمایه‌های انسانی کشور در حوزه‌ی صنایع فرهنگی.

ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی



پیشنهادهای به ستاد توسعه فناوری های نرم و صنایع خلاق :

خریداری کاراکترهای داخلی و همچنین ایجاد ارتباط میان خالقین محتوا و صنایع مصرفی چون نوشت افزار عطف به رواج شخصیت ها و محتوای خارجی در بازار

راهبرد ضعف- فرصت (WO)

راه اندازی اکوسیستم تولید محتوا و کاراکتر برای صنعت نوشت افزار



ارتقاء ملی
تاب آور
و رقابت پذیر
بین المللی



تسهیل صادرات نوشت افزار ایرانی

لزوم تسهیل و تقویت و تشویق صادرات
نوشت افزار داخلی عطف به میزان ناچیز صادرات
کنونی و نیز تهدید پیشروی اشباع احتمال بازار

راهبرد ضعف- تهدید (WT)



تسهیل برپایی
نمایشگاه های
محصولات نوشت افزار
در خارج کشور

برقراری تعاملات
بین المللی با کشورهای
همسایه و اسلامی در
خصوص صادرات

بررسی شرایط انتقال
خط تولید به
کشورهای همسایه و
دارای ظرفیت



انتقال فناوری‌ها و ماشین‌آلات نو در تولید محصولات نوشت‌افزار

ترغیب، آسان‌سازی و مساعدت در
انتقال شگردها و ابزارهای نو در
صنعت نوشت‌افزار به کشور عطف
به فرصت حضور در بازارهای
همسایه و کشورهای مسلمان

راهبرد ضعف- فرصت (WO)



ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی



انتقال دانش و نیز وضع بایسته‌های منطبق با الزامات محیط‌زیستی در تولید نوشت افزار

روند فزاینده‌ی تقاضا برای محصولات سازگار با محیط‌زیست و لزوم کاربست الزامات محیط‌زیستی در تولید محصولات نوشت‌افزار برای تداوم حیات در بازار داخلی و بین‌المللی در آینده‌ی پیش‌رو

راهبرد ضعف- تهدید (WT)



نمونه اقلام
نوشت‌افزاری
دوستدار طبیعت



تولید مداد
پلیمری و بدون
چوب در کشور

ارتقاء
تاب‌آور
توانمند
بین‌المللی



مشخصه‌سازی اقدامات اجرایی در حیطه مأموریت‌های ستاد توسعه فناوری‌های نرم و صنایع خلاق (ناظر بر سطوح چهارگانه)

جایگاه و مأموریت‌ها و اهداف ستاد توسعه فناوری‌های نرم و صنایع خلاق راهکارهای عملیاتی و انضمامی‌تری به دست داده شود. ما این مهم را با عنایت به چهار سطح «توسعه‌ی مقیاس»، «توسعه‌ی زیست‌بوم»، «توسعه‌ی فناوری» و در نهایت، «اقدام ملی»، پی خواهیم گرفت. نکته آنکه در مسیر ارائه اقدامات اجرایی در این بخش به سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم مصوب سال ۱۴۰۰ به عنوان آخرین اقدام سیاستی نیز التفات شده است.

توضیح: پروژه‌ی حاضر با پیمودن گام‌های متعدد و به‌هم‌پیوسته‌ای و به دست دادن تصویری جامع از وضعیت صنعت نوشت‌افزار در ایران و جهان، تاکنون توانسته است در زمینه‌هایی چون سیمای اقتصادی صنعت، ادبیات نظری نوشت‌افزار، روندهای پیش‌اروی آن، مرور بازیگران و نهادها و ذی‌نفعان و نیز احصای راهکارها و چالش‌های کلی پیش‌اروی، روشنایی‌بخش بنماید. بدیهی است، پس از گذران این مراحل، انتظار می‌رود ناظر بر وضعیت صنعت نوشت‌افزار در ایران و

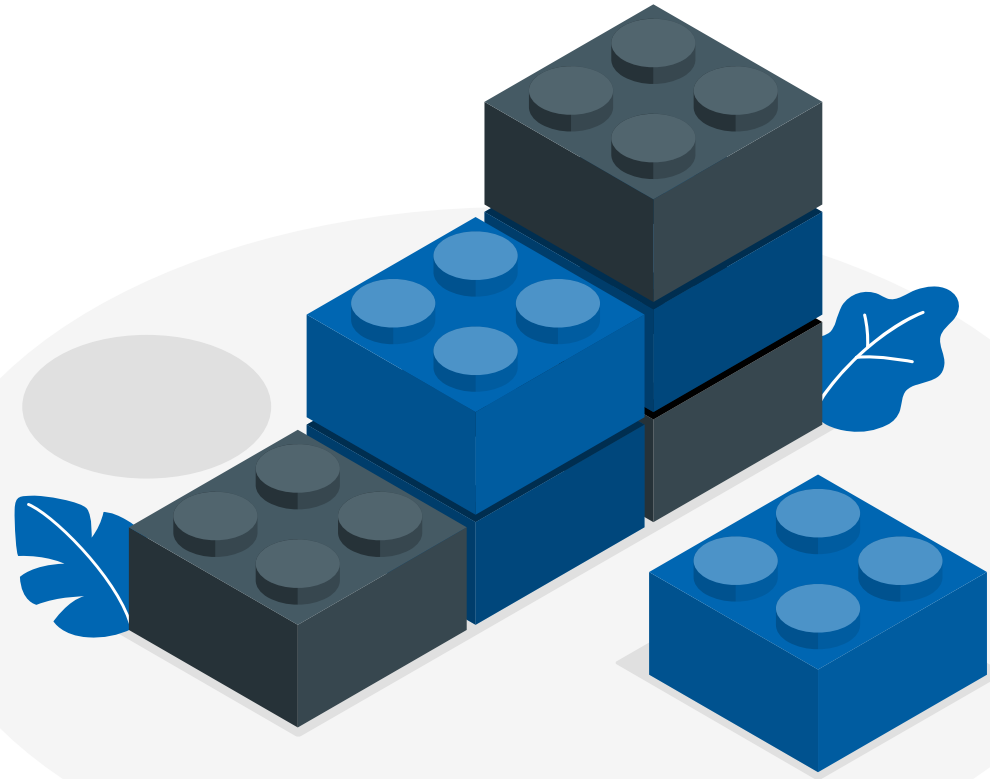
توسعه‌ی زیست‌بوم

توسعه‌ی مقیاس

اقدام در سطح ملی

توسعه‌ی فناوری

ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی



ارتقاء ملے
تاب آور
وقایت یدر
بین المللے



اقدامات اجرایی در سطح توسعه‌ی مقیاس

یک صنعت یا سازمان برای داشتن عملکرد خوب تحت حجم کاری افزایش یافته یا در حال گسترش اشاره دارد. سیستمی که به خوبی مقیاس پذیر باشد، می‌تواند سطح عملکرد خود را حفظ یا افزایش دهد، حتی زمانی که با نیازهای عملیاتی بزرگ‌تر و بزرگ‌تر آزمایش می‌شود.

توضیح: در این جا منظور از توسعه‌ی مقیاس، افزایش حجم فعالیت و توانایی یک سیستم، سازمان، مجموعه یا صنعت تحت فشار گسترش یا افزایش حجم کاری است. به عبارت بهتر، سیستمی که بتواند خواسته‌های در حال افزایش را پاسخ دهد. بنابراین مقیاس‌پذیری به توانایی

ارتقاء می
تابد
و قابلیت پذیر
بین المللی

اقدام شماره ۱

شکل گیری شرکت مدیریت خدمات صادرات در امارات جهت صادرات نوشت افزار ایرانی به سایر کشورها

برحسب راهبرد ۲ ماده ۶ سند: حمایت از کارآفرینی، تجاری سازی و صادرات محصولات فرهنگی بومی و فناوری های نرم با محوریت بخش غیردولتی و فعالیتهای مرتبط با تولید، بازاریابی، عرضه، فروش تبلیغات و بسته بندی در بازار ملی، منطقه ای و جهانی

شرح اقدام

مسئله صادرات ناچیز نوشت افزار و تهدیدات پیشروی اشباع بازار در گزارش حاضر، لزوم جدیت در تسهیل و تقویت این امر مهم به ویژه از طریق همکاری با کشورهای همسایه و اسلامی نظیر امارات را پیش می کشد. فی نفسه، ایجاد زمینه رقابت پذیری محصولات نوشت افزار در بازارهای بین المللی و فرامرزی وابسته به توان افزایی صادرات است. از این رو، ضمن بررسی وضعیت و امکان سنجی بازار کشورهای هدف، تأسیس شرکت مدیریت خدمات صادرات در کشور امارات می تواند به تقویت صدور محصولات نوشت افزار ایرانی کمک کند. شرکت مدیریت صادرات یک نوع واسطه صادراتی است که به بنگاه های اقتصادی کمک می کند تا وارد بازارهای جهانی شوند. این شرکت ها با یافتن مشتریان در کشورهای هدف، خریدار را به تولید کننده وصل می کنند و بین آنها قرارداد منعقد می کنند. آنها همچنین قوانین و مقررات مربوط به تجارت بین المللی را بررسی می کنند و از انعقاد قرارداد با شرکت مدیریت صادرات جهت سوق محصولات به بازارهای خارجی استفاده می کنند.

متولیان اجرا

وزارت صنعت، معدن و تجارت



اقدامات اجرایی در سطح توسعه‌ی زیست‌بوم

صنعت و اقتصاد بسیار مهم است زیرا بهبود کیفیت سرمایه‌ی انسانی و به کارگیری مناسب فناوری در فرآیند تولید، باعث کاهش هزینه‌های تولید و افزایش بهره‌وری می‌شود.

توضیح: توسعه‌ی یک زیست‌بوم به معنای ارتقای کیفیت سرمایه‌ی انسانی و نیز به کارگیری مناسب فناوری در فرآیند تولید و گسترش زنجیره‌های ارزش اولویت دار یک صنعت و کسب‌وکار در چارچوبی یکپارچه و هم‌گراست. این مفهوم در

ارتقاء ملی
تاب‌آور
و رقابت‌پذیر
بین‌المللی

اقدام شماره ۲

تقویت جایگاه مراکز فنی و حرفه‌ای عطف به ماهیت کارگاهی بخش‌هایی از صنعت

برحسب راهبرد ۱۰ ماده ۶ سند: ارتقاء کمی و کیفی سرمایه‌های انسانی و ساماندهی ارتباط نظام‌های آموزشی و مهارتی با نیازهای حوزه فناوری‌های فرهنگی و نرم

شرح اقدام

ارتقاء توانمندی نیروهای انسانی در صنایع با بهره‌گیری از آموزش‌های کارآمد نظیر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای از عوامل پیشران توسعه صنایع محسوب می‌شود. به سبب آنکه بخش‌هایی از زنجیره تأمین در صنعت نوشت افزار کارگاهی‌ست و با مجموعه‌های خرد تولیدی چرخ صنعت به گردش درمی‌آید، تربیت نیروی کار ماهر و اهتمام به اشتغال‌آفرینی در سطح خرد، بخش مهمی از نیاز صنعت را تأمین می‌کند. تمامی نیروهای فعال و بدنه انسانی صنعت نوشت افزار فارغ از برخورداری یا عدم برخورداری از تحصیلات دانشگاهی، نیازمند برنامه‌های آموزشی منسجم در قالب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بوده تا با اتکاء به مهارت‌های کسب‌شده، ضمن بهبود جایگاه حرفه‌ای خود، موجبات اعتلای کمی و کیفی صنعت را فراهم کنند. نهادهای متولی از جمله ستاد در یک فضای تعاملی از طریق حمایت و برجسته‌سازی اهمیت جایگاه مراکز فنی و حرفه‌ای به صورت بنیادین نیاز صنعت نوشت افزار به نیروی انسانی زبده را تأمین می‌کنند.

متولیان اجرا

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
(سازمان فنی و حرفه‌ای)



اقدام شماره ۳

حمایت از پژوهش در پیوند با استخراج و کاربردی سازی مضامین بومی در محصولات نوشت افزار

برحسب راهبرد ۴ ماده ۶ سند: ایجاد و توسعه صنایع و محصولات فرهنگی دانش بنیان و فناوری های نرم

شرح اقدام

در جهت راهبرد ارائه شده بر اساس جدول سوات، حمایت از پژوهش توسط ستاد به منظور کاربردی سازی مضامین بومی یکی از ارکان اساسی راه اندازی اکوسیستم تولید محتوا و کاراکتر برای نوشت افزار محسوب می شود. شاید هیچ موضوع بنیادینی به میزان پژوهش در مباحث مربوط به محتوا و کارکترسازی در این صنعت، دارای اهمیت نباشد و از این منظر که این فرآیند، متضمن دوام و بقای کارکتر است و نقش محوری در فرهنگ سازی دارد، عنصری حیاتی است. به بیان دیگر، پیش و بیش از آنکه کارکتری خلق شود، مطالعه، ارزیابی و سنجش مسیر کارکترسازی در گذشته، دقیق تر شدن فرآیند جدید را بهبود می بخشد. علاوه بر آن، پژوهش در زمینه نیازسنجی مخاطبین، نوع پرداخت به شخصیت، بررسی بافت اجتماعی برخاسته از آن و چگونگی انتقال بار معنایی، وابسته به حمایت های همه جانبه نهادهایی چون ستاد از صنعت است.

متولیان اجرا

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی

ارتقاء ملی
تاب آور
نقابت پذیر
بین المللی



اقدامات اجرایی در سطح توسعه‌ی فناوری

توضیح: توسعه‌ی فناوری به معنای ایجاد و بهبود فناوری‌ها و فرآیندهای نوآورانه در سطح یک صنعت یا یک محصول است. توسعه‌ی فناوری در هر صنعتی می‌تواند به بهبود کیفیت و کاهش هزینه‌های تولید، افزایش بهره‌وری و ایجاد ارزش اقتصادی منجر شود. همچنین، توسعه‌ی فناوری می‌تواند با به دست دادن بدیع‌ترین یافته‌های علمی در سطح صنعت، رشد کیفیت زندگی افراد و حفظ محیط‌زیست را نیز به همراه داشته باشد. امروزه در صنایع مختلف، توسعه‌ی فناوری رویکردی در راستای ارتقای فرآیندهای تولید، بهبود کیفیت محصولات و کاهش هزینه‌های کسب‌وکار است.

ارتقاء
تاب
وقایت
بین
الملل



اقدام شماره ۴

تسهیل دسترسی به فناوری‌های جدید در ماشین‌آلات تولید محصولات های‌تک نوشت‌افزار

برحسب راهبرد ۸ ماده ۶ سند: به کارگیری، ظرفیت‌سازی و توسعه زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری

شرح اقدام

یکی از ارکان حائز اهمیت در صنایع پیشرفته، نقش فناوری در تولید محصول نهایی است. یعنی ارزش افزوده فناوری در محصول نهایی نسبت به عوامل دیگر تولید بسیار بالا است. هم این موضوع، اهمیت کاربرست فناوری در محصولات فرهنگی و خلاق (در اینجا نوشت‌افزار) را پیش می‌کشد، چه بسا که در تعاریف مربوط به صنایع فرهنگی و خلاق نیز، عنصر فناوری جزء لاینفک است. بنابراین توسعه فناوریانه صنایع نوشت‌افزاری، یکی از مهم‌ترین راهبردهای رونق تولید، ایجاد توان رقابت‌پذیری ذینفعان صنایع و تقویت انگیزه تولید محسوب می‌شود. با توجه به نقش ستاد در بهبود به کارگیری صنایع از فناوری، تسهیل دسترسی مجموعه‌های تولیدی نوشت‌افزار به فناوری‌های نوپدید ضرورت می‌یابد. این فناوری در سطوح پیشرفته و هوشمند نظیر استفاده از هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و رباتیک در تمامی مراحل طراحی، برنامه‌ریزی فرایند، ساخت و تست ماشین‌آلات صنعتی منجر به افزایش کارایی و بهبود کیفیت تولیدات نوشت‌افزار و کاهش هزینه‌ها در درازمدت می‌شود.

متولیان اجرا

وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت فناوری اطلاعات و ارتباطات، معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان

ارتقاء ملی
تاب‌آور
رقابت‌پذیر
بین‌المللی

اقدام شماره ۵

تعبیه استانداردهای اجباری نوآورانه جهت حرکت تولیدات زیست محیطی به سمت نوآوری و دانش بنیان شدن به صورت مرحله ای

برحسب راهبرد ۴ ماده ۶ سند: ایجاد و توسعه صنایع و محصولات فرهنگی دانش بنیان و فناوری های نرم

شرح اقدام

امروزه بسیاری از صنایع به سمت تولید محصولات نوشت افزاری با کمترین میزان آسیب وارده به محیط زیست سوق پیدا کرده اند. در ایران نیز شرکت هایی چون آوای تحریر با تولید محصولاتی چون مداد پلیمری، رویکرد پایدارسازی محیط زیست را اصل قرار داده و اهداف خود را بر اساس روند فزاینده تقاضا در این موضوع، منطبق کرده اند. اما همچنان تعداد شرکت های همراه با کاربست الزامات محیط زیستی در تولیدات نوشت افزاری محدود است. این درحالی است که بخشی از تداوم حیات در بازارهای داخلی و بین المللی وابسته به این ضرورت بوده و شرکت ها نیازمند دانش بنیان شدن، روزآمدی، حرکت در مسیر نوآوری و فاصله گرفتن از الگوهای سنتی پیشین هستند. بدین ترتیب، ستاد بخشی از کارکرد خود در ارتباط با مجموعه های نوشت افزاری را می تواند تعبیه استانداردهای اجباری نوآورانه در تولیدات زیست محیطی تعریف و با مشارکت سایر ارگان ها و حمایت از این نوع تولیدات شرکت ها به گسترش رویکردهای حفاظت از طبیعت، کمک کند.

متولیان اجرا

سازمان حفاظت از محیط زیست، وزارت صنعت، معدن و تجارت

اقدامات اجرایی در سطح حکمرانی

توضیح: تعبیه برنامه‌ها و راهکارهایی در جهت بهبود و ارتقای یک مجموعه یا یک صنعت، می‌تواند در سطوح مختلف خُرد و کلانی تقسیم‌بندی یابد. درین‌جا منظور از اقدام ملی، راهکارهایی است که در سطح قوه یا فراقوه و با شرط همکاری، اراده و مدخلیت نهادهای مختلف حاکمیتی جامه‌ی عمل خواهد پوشید. بدیهی می‌نماید که وقتی در خصوص صنعتی، چاره‌ی تغییر و تحول اساسی یا چشم‌گیری در دست باشد، لازمه‌ی این مهم اهتمامی جدی در سطح دستگاه‌های حکمران در سطح کل کشور است.

ارتقاء ملی
تاب‌آور
وُقاب‌پذیر
بین‌المللی



اقدام شماره ۶

هوشمندسازی سیاست‌های مداخله‌گرایانه‌ای چون ممنوعیت واردات موردی محصولات در صنعت

برحسب راهبرد ۵ ماده ۶ سند: جامع‌نگری، هم‌افزایی و توسعه زنجیره ارزش و سبد محصولات در شاخه‌های مختلف صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم

شرح اقدام

همانگونه که پیشتر بررسی شد، یکی از کلان مسائل صنعت نوشت‌افزار کشور، واردات بی‌رویه و قاچاق است که به ویژه در مورد محصولات که نمونه مشابه با کیفیت داخلی دارند برای تولیدکننده نوشت‌افزار، مسئله‌آفرینی می‌کند. بدین جهت، تمامی ارگان‌های متولی ضمن بسترسازی برای رفع مسائل زیربنایی، موظف‌اند بر امر واردات نظارت کنند. در این بین نقش ستاد در تعامل با سایر نهادها می‌تواند در چارچوب هوشمندسازی سیاست‌های مداخله‌گرایانه کاربست یابد. این رویکرد به معنای استفاده از فناوری‌های هوشمند برای اجرای سیاست‌هایی به منظور کنترل و تنظیم واردات محصولات نوشت‌افزاری است.

متولیان اجرا

وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت امور اقتصادی و دارایی



اقدام شماره ۷

تدوین قانون کپی‌رایت داخلی نسبت به استفاده از حق تألیف‌های خارجی در نوشت‌افزار

برحسب راهبرد ۵ ماده ۶ سند: جامع‌نگری، هم‌افزایی و توسعه زنجیره ارزش و سبد محصولات در شاخه‌های مختلف صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم

شرح اقدام

در حالیکه، حفاظت قانونی از اثر تولید شده از اصول پذیرفته‌شده نظام‌های قانونگذاری در جهان به شمار می‌رود، نادیده‌گیری آن، مسئله‌ای جدی در تمامی حوزه‌های صنایع خلاق اعم از نشر، صنایع دستی، پی‌نمایی، موسیقی، نوشت‌افزار و ... در ایران است. فقدان قوانین اختصاصی یا ناکارا بودن و عدم ضمانت اجرای قوانین فعلی در بازار آشفته و غیرشفاف نوشت‌افزار منجر به این شده است که محصولات به راحتی توسط سایر بازیگران کپی شوند. تدوین قانون کپی‌رایت داخلی نسبت به استفاده از حق تألیف‌های خارجی در نوشت‌افزار، یکی از سیاست‌گذاری‌های عملیاتی و اجرایی ستاد با توجه به ماهیت ساختاری آن می‌تواند باشد.

متولیان اجرا

شورای عالی انقلاب فرهنگی، کمیسیون فرهنگی مجلس، وزارت صنعت، معدن و تجارت

ارتقاء ملی
تاب‌آور
نقاب‌پذیر
بین‌المللی

اقدام شماره ۸

تسهیل ایجاد و تثبیت زنجیره موازی مرچندایزینگ در حوزه کودک و نوجوان

برحسب راهبرد ۴ ماده ۶ سند: ایجاد و توسعه صنایع و محصولات فرهنگی دانش بنیان و فناوری های نرم

شرح اقدام

امروزه مرچندایزینگ در زیست بوم صنایع فرهنگی و خلاق یکی از مهم ترین مجراهای خلق ارزش اقتصادی است. همانگونه که در فصل اول توضیح داده شد، صنعت نوشت افزار در منتهی الیه زنجیره تجاری سازی محتوا در صنایع و محصولات فرهنگی قرار دارد. بسیاری از کارکترها و محتواهای فرهنگی در صنایع تولید محتوا نظیر سینما و پویانمایی خلق و توسط صنایع تعمیق محتوا مانند اسباب بازی و بردگیم ترویج می شوند. سامان یابی و مدیریت این زنجیره متکی بر فعالیت های جدی و همه جانبه نهادی تسهیل گر و پیشران در صنایع فرهنگی یعنی ستاد است تا با تأمین هزینه و هویت سازی پیرامون یک محتوا و استمرار آن، چرخه اقتصادی و فرهنگی صنعت نوشت افزار کشور را رونق بخشد.

متولیان اجرا

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان صدا و سیما، وزارت آموزش و پرورش (سازمان تعلیم و تربیت کودک، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان)

منابع پژوهش

Tema

ارتقاء
تألیفات
و کتابت
بین المللی

۱۴۰

ارتقاء
کتاب و
ثقافت
بین الملل



منابع فارسی

- ① آهنگری، سعیده، بشاراتی راد، زهره، سینا، لاله. (۱۴۰۱). «ارائه الگوی سیاستی برای مواجهه با بیماری‌های همه‌گیر نوظهور با رویکرد تاب‌آوری ملی». نشریه سیاستگذاری عمومی. دوره ۸. شماره ۱.
- ② اسمعیلی‌پور، الهام، ابوجعفری، روح‌الله، افشاری‌مفرد، مسعود. (۱۴۰۱). «شناسایی ابزارهای تأمین مالی نظام تولید خودرو مبتنی بر تحلیل زنجیره‌ی ارزش». سیاست علم و فناوری. دوره‌ی ۱۵. شماره‌ی ۱. صص ۲۲-۱.
- ③ ایزدخواه، محمدمهدی. (۱۳۹۷). بازاریسازی فرهنگی. چاپ دوم. تهران: مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
- ④ حسایی، فاطمه، الهی، شعبان، حسن‌زاده، محمد، شایان، علی. (۱۴۰۰). «آسیب‌شناسی سیستماتیک نظام تجاری‌سازی علم و فناوری در کشور». فصل‌نامه‌ی علمی پژوهشی آموزش عالی ایران. سال سیزدهم. شماره اول. صص ۳۳-۱.
- ⑤ جعفری‌هفتخوانی، نادر و یقینی، محمد. (۱۳۹۸). «طراحی الگوی هویت برند ایران‌نوشت؛ مجموعه‌ی نوشت‌افزار ایرانی - اسلامی». فصل‌نامه‌ی چشم‌انداز مدیریت بازرگانی. سال هجدهم. شماره ۴۰. صص ۳۵-۱۳.
- ⑥ خان‌محمدی، کریم. (۱۳۹۲). «بررسی تطبیقی مکتب انتقادی فرانکفورت و مطالعات فرهنگی بیرمنگام». فصل‌نامه‌ی علمی‌پژوهشی علوم سیاسی. دوره‌ی ۱۶. شماره‌ی ۶۲. صص ۱۱۲-۸۷.
- ⑦ ذاکر شهرک، مینا و شهدادی، احمد. (۱۳۹۸). «مرچندایزینگ (بازاریسازی فرهنگی) به مثابه‌ی بازتولید مفاهیم داستانی محصولات فرهنگی کودکان». مجله‌ی پژوهش در ادبیات کودکان و نوجوانان. پیاپی ۱. صص ۱۳۴-۱۲۵.
- ⑧ رشنودی، اصغر، سلطانی، مرتضی، کردناییج، اسدالله، حمیدی‌نژاد، علی. (۱۳۹۸). «طراحی چارچوب رقابت‌پذیری مناطق آزاد تجاری- صنعتی در سطح بین‌المللی با رویکرد فراترکیب». مجله علوم و فنون دریایی. دوره ۱۸. شماره ۳.
- ⑨ رهنما، آذر و شریف‌زاده، محمد. (۱۳۹۸). «پژوهش فلسفی در باب نقش رسانه‌ای هنر گرافیک براساس نظریه‌ی صنعت فرهنگ مکتب فرانکفورت». دوفصل‌نامه‌ی فلسفی شناخت. دوره‌ی ۱۲. شماره‌ی ۲. صص ۱۴۰-۱۲۳.
- ⑩ ساری، حسین. (۱۳۹۴). تحلیل ذی‌نفعان کلیدی، نگاشت نهادی و تحلیل پیش‌ران‌های صنایع فرهنگی. تهران: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.



⑤ سعیدی، علی، رعایائی، مهدی، مقصودی، حمیدرضا. (۱۴۰۱). «روش‌شناسی نگاشت نهادی در نظام علم و فناوری با رویکرد آمایشی». دوفصل‌نامه‌ی آمایش سرزمین. دوره ۱۴. شماره اول. بهار و تابستان. صص ۲۵۲-۲۲۱.

⑥ غیاثوند، ابوالفضل. (۱۳۹۳). «مروری بر ادبیات جهانی درباره تاب‌آوری ملی». مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

⑦ کلانتری، اسماعیل، منتظر، غلامعلی. (۱۳۹۵). «مفاهیم و رویکردها و روش‌های نگاشت نهادی (با تأکید بر مطالعات نظام نوآوری)». فصل‌نامه‌ی سیاست‌پژوهی علم فناوری و نوآوری رهیافت. شماره ۶۲. تابستان. صص ۷۱-۵۵.

⑧ کی‌قبادی، مرضیه، فخرایی، مرضیه، علوی، سارا و زواری، عبدالمجید. (۱۳۸۷). از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق. قم: اداره کل تبلیغات اسلامی.

⑨ گل‌وردی، مهدی. (۱۳۹۶). «تاب‌آوری ملی: مروری بر ادبیات تحقیق». فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی. دوره ۱۷. شماره ۲۵.

⑩ مصری‌نژاد، شیرین. (۱۳۸۹). «آزادسازی تجاری و رقابت‌پذیری بین‌المللی در ایران: کاربرد مدل تعادل عمومی قابل محاسبه (CGE)»، مطالعات اقتصاد بین‌الملل. شماره ۳۷

⑪ معرفی فعالین زیست‌بوم نوشت‌افزار ایرانی اسلامی؛ به همراه تشریح درخت فناوری صنعت. (۱۴۰۰). به همت موسسه فرهنگی هنری نوشت‌افزار ایرانی اسلامی. تهران: کتاب‌رواق اندیشه.

⑫ موتمنی، علیرضا، رضائیان، علی، علم‌تبریز، اکبر، نظری، ابوالفضل. (۱۳۹۵). «عناصر کارکردی نظام نوآوری محصولات فرهنگی». فصل‌نامه‌ی مطالعات راهبردی بسیج. سال نوزدهم. شماره ۷۳. زمستان. صص ۸۷-۱۱۴.

⑬ نظری‌زاده، فرهاد، میرشاه‌ولایتی، فرزانه. (۱۳۹۴). «مدل نظام نوآوری محصولات فرهنگی». فصل‌نامه‌ی علمی پژوهشی راهبرد فرهنگ. دوره ۸. شماره ۳۱. پاییز. صص ۳۷-۷۲.

⑭ هداوند، مرضیه، فاتح‌راد، مهدی، طباطبائی‌ان، حبیب‌الله. (۱۳۹۵). «تحلیل فرایند سیاست‌گذاری در نظام ملی نوآوری ایران با استفاده از چهارچوب نگاشت نهادی». فصل‌نامه‌ی سیاست‌های راهبردی و کلان. سال چهارم. شماره شانزدهم. صص ۱۸-۱.



منابع اینترنتی داخلی

- ⑤ ایران نوشت. (۱۳۹۹، ۱۵ خرداد). «چرا نوشت افزار ایرانی؟». بازیابی شده از: <https://irannevesht.ir/blog>
- ⑤ ایران نوشت. (۱۴۰۰، آبان). «روند توسعه‌ی نوشت افزار ایرانی با محتوای بومی». بازیابی شده از: <https://irannevesht.ir/blog>
- ⑤ ایران نوشت. (۱۴۰۰، تیر). «خودکار ایرانی به مرز خودکفایی کامل رسید». بازیابی شده از: <https://irannevesht.ir/blog>
- ⑤ ایران نوشت. (۱۳۹۸، اسفند). «لیستی از برترین تولیدکنندگان لوازم تحریر ایرانی». بازیابی شده از: <https://irannevesht.ir/blog>
- ⑤ ایرن.ا. (۱۴۰۰، شهریور). «کتاب معرفی فعالین زیست بوم نوشت افزار ساخت ایران رونمایی شد». بازیابی شده از: <https://www.ima.ir/news/84476539>
- ⑤ ایس.نا. (۱۴۰۱، شهریور). «صادرات لوازم تحریر ایرانی به کشورهای همسایه». بازیابی شده از: <https://www.isna.ir/news/1401062115648>
- ⑤ دهخدا، علی اکبر. (بی تا). «مدخل نوشت افزار». در دیکشنری آنلاین آبادیس. بازیابی شده از: <https://abadis.ir>
- ⑤ سایبرلا. (۱۳۹۹، تیر). «لیست شرکتهای خلاق معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری». بازیابی شده از: <https://cyber-law.ir>
- ⑤ گروه پژوهشی اقتصاد فرهنگ. (1397، 18 اردیبهشت). «نوشت افزار و انواع آن». بازیابی شده از: <http://mag.eghtesadefarhang.ir>
- ⑤ صراط نیوز. (1397، شهریور). «افزایش سهم نوشت افزار ایرانی در بازار». بازیابی شده از: <https://www.seratnews.com/fa/news/429462>
- ⑤ مسیر اقتصاد. (1401، شهریور). «گردش مالی در بازار نوشت افزار 12 هزار میلیارد تومان است». بازیابی شده: <https://masireqtesad.ir/138736>
- ⑤ مشرق نیوز. (1398، مرداد). «90 درصد نوشت افزار در سیطره‌ی شرک و دوستان». بازیابی شده از: <https://www.mashreghnews.ir/news/980996>



⑤ صندوق نوآوری و شکوفایی. (1400، مهر). «کدام استارت‌آپ‌ها در رویداد پیوند در حوزه‌ی نوشت‌افزار حضور داشتند؟». بازیابی شده از:
https://www.inif.ir/fullcontent/-/asset_publisher/YASjeuXFqbaQ/content/id/948087

⑥ فایننشال تریبون. (2020، جولای). «بازار نوشت‌افزار زیر ذره‌بین». بازیابی شده از:
<https://financialtribune.com/articles/domestic-economy/104461/stationery-market-under-review>

⑦ فرهیختگان. (1401، شهریور). «50 درصد بازار نوشت‌افزار در دست تولیدکنندگان داخلی». بازیابی شده از:
<https://farhikhtegandaily.com/news/74237>

⑧ گروه پژوهشی اقتصاد فرهنگ. (1398، اردیبهشت). «مصاحبه‌ی محمد یقینی با رادیو فرهنگ». بازیابی شده از:
<http://mag.eghtesadefarhang.ir/cgi-sys/suspendedpage.cgi>

⑨ باشگاه خبرنگاران جوان. (۱۳۹۸، آبان). «ثبت ۲۱۲ واحد تولیدی نوشت‌افزار با اشتغال حدود هفت هزار نفر». بازیابی شده از:
<https://www.yjc.ir/fa/news/7114936>

⑩ تسنیم. (۱۴۰۱، شهریور). «واردات هشت میلیون دلار نوشت‌افزار به کشور در پنج ماهه امسال». بازیابی شده از:
<https://www.tasnimnews.com/fa/news/1401/06/27/2775586>

⑪ تولید ایرانی. (۱۳۹۸، آبان). «افزایش ۴۱ درصدی صادرات و کاهش ۶۵ درصدی واردات نوشت‌افزار در سال ۱۳۹۷». بازیابی شده از:
<https://www.tolideirani.com/news/14440>

⑫ تولیدتحریر. (۱۴۰۱، شهریور). «معاون صنایع عمومی وزارت صمت در بازدید از نمایشگاه نوشت‌افزار». بازیابی شده از:
<https://tolidtahrir.ir/2022/12988>

⑬ صالحی، فرناز (نویسنده) و ثقفی، محمد (کارگردان). ۱۳۹۸. «خودکار». پناهی، عطاء (تهیه‌کننده). بازیابی شده از:
<https://telewebion.com/episode/0x280a0a5>



منابع اینترنتی خارجی

- ① Fortune Business Insights. (۲۰۲۲). «اندازه بازار نوشت افزار». بازیابی شده از:
<https://www.fortunebusinessinsights.com/stationery-products-market-104633>
- ② Toplist.info. (۲۰۲۱). «شش شرکت برتر نوشت افزار در آسیا». بازیابی شده از:
<https://toplist.info/top-list/largest-stationery-company-in-asia-203.html>
- ③ Toplist.info. (۲۰۲۱). «هفت شرکت برتر نوشت افزار در اروپا». بازیابی شده از:
<https://toplist.info/top-list/largest-stationery-company-in-europe-204.html>
- ④ Toplist.info. (۲۰۲۱). «هشت شرکت برتر نوشت افزار در آمریکا». بازیابی شده از:
<https://toplist.info/top-list/largest-stationery-company-in-the-us-574.html>
- ⑤ Bizvibe. (۲۰۲۲). «۱۰ برند برتر نوشت افزار جهان». بازیابی شده از:
<https://blog.bizvibe.com/blog/top-stationery-brands-world>
- ⑥ استاتیستا. (2020، آگوست). «اندازه بازار جهانی خُرده فروشی محصولات کاراکترمحور». بازیابی شده از :
<https://www.statista.com/statistics/777940/global-retail-sales-of-licensed-entertainment-and-character-merchandise>
- ⑦ استاتیستا. (2023، ژانویه). «برترین کشورهای صادرکننده نوشت افزار اداری در جهان بر حسب ارزی دلاری صادرات». بازیابی شده از:
<https://www.statista.com/statistics/1056384/office-supplies-leading-exporters-worldwide>
- ⑧ استاتیستا. (2023، ژانویه). «برترین کشورهای واردکننده نوشت افزار اداری در جهان بر حسب ارزش دلاری واردات». بازیابی شده از:
<https://www.statista.com/statistics/1056394/office-supplies-leading-importers-worldwide>



© IBISWORLD. (۲۰۲۱، سپتامبر). «میزان کسب‌وکارهای بازار خُرده‌فروشی محصولات نوشت‌افزار در آمریکا». بازیابی شده از:

<https://www.ibisworld.com/industry-statistics/number-of-businesses/the-retail-market-for-stationery-products-united-states>

© IBISWORLD. (۲۰۲۱، سپتامبر). «بازار خُرده‌فروشی محصولات نوشت‌افزار در آمریکا». بازیابی شده از:

<https://www.ibisworld.com/industry-statistics/employment/the-retail-market-for-stationery-products-united-states>

© Research and Markets. (۲۰۲۳، ژانویه). «نوشت‌افزار و لوازم اداری؛ یک گزارش استراتژیک از کسب‌وکار جهانی». بازیابی شده:

https://www.researchandmarkets.com/reports/2391958/office_stationery_and_supplies_global_strategic

© Research and Markets. (۲۰۲۳، مارس). «محصولات نوشت‌افزار؛ یک گزارش استراتژیک از کسب‌وکار جهانی». بازیابی شده:

https://www.researchandmarkets.com/reports/338786/stationery_products_global_strategic_business

© Fact.Mr. (۲۰۲۱، نوامبر). «بازار نوشت‌افزار». بازیابی شده از:

<https://www.factmr.com/report/339/stationery-market>

© Cultural and creative industries strategy 2021-2023, United arab emirates ministry of culture & youth

ارتقاء
تاب
وقایت
بین‌المللی

