



مرکز توسعه فعالیت های فرهنگ بنیان

اطلاعات گزارش

نوع گزارش:	گزارش سیاستی
حوزه:	سرگرمی
بخش های مربوط به حوزه:	بازی های ویدئویی
عنوان:	سیاست نامه توسعه صنعت اسباب بازی ایران
نگارنده:	سیدامیر آقایی
همکار:	حامد تاملی
ناظر کیفی:	مرکز توسعه فعالیت های فرهنگ بنیان
تاریخ انتشار:	بهار ۱۴۰۰
تهیه شده در:	گروه سیاست پژوهی و تحلیل داده نمافر

خلاصه اجرایی

انسان از آغاز حیات اجتماعی خود به بازی گرایش داشته و در هر دوره و زمان، در هر جامعه و فرهنگ و در هر گروه سنی، خود را با بازی سرگرم کرده و از آن لذت می‌برده است. بر همین اساس، بازی به عنوان عنصری مهم در بازیابی نقش و شکل‌گیری شخصیت اجتماعی، کارکرد مهمی در عرصه جامعه و به ویژه گروه مخاطبان کودکان و نوجوان دارد. بنابراین بازی، فعالیتی است که در هویت تاریخی و فرهنگی انسان ریشه دارد. بازی، فعالیتی خودجوش، ارادی و اختیاری، لذت‌بخش و انعطاف‌پذیر و شامل ترکیبی از فعالیت‌های جسمی، اشیا، نمادها و روابط بین فردی است. بازی، فعالیت مستقلی است که انسان با آن خود را از دنیای کار جدا می‌کند. ویژگی و سرشت بازی لذت و رضایت خاطر و هدفمند نبودن آن، وجه تمایزش با کار است. بازی واسطه یادگیری است و فرآیند آن را در کودک شتاب می‌بخشد. کودکان، هنگام بازی، آزادانه آزمایش می‌کنند و برپایه نتایج آزمایش خود، تجربه می‌اندوزند. بازی به کودکان فرصت می‌دهد تا یاد بگیرند که با اشیا چگونه کار کنند، چگونه با دیگران کنار بیایند و نقش‌های جدید را امتحان کنند. همچنین بازی کودکان را به پیروی از قوانین و مقررات، ارزش‌های بشری و اخلاقی، اصول انسانی و رفتارهای نیک برمی‌انگیزد و آن‌ها را با مفاهیم عدالت و انصاف آشنا می‌سازد و مبارزه و ایستادگی در مقابل ستم و بی‌عدالتی را به آنها می‌آموزد. مهمترین ابزار بازی کودکان و نوجوانان، اسباب‌بازی است که از وضعیت اقلیمی، فرهنگ جامعه و محیط زندگی تاثیر می‌پذیرد. اسباب‌بازی، مهمترین کالا فرهنگی است که ارتباط بین مصنوعات و رفتارهای اجتماعی را نشان می‌دهد. اسباب‌بازی‌ها، اشیایی هستند که با اسطوره‌ها و فناوری‌های زندگی مدرن بزرگسالان هماهنگ هستند. براین

اساس، بازی و اسباب‌بازی، یکی از محصولات فرهنگی است که ریشه عمیقی در فرهنگ و بوم جامعه دارد و به دلیل تداوم زمانی که کودکان و نوجوانان در بازی کردن با اسباب‌بازی دارند، تاثیرگذاری عمیق فرهنگی و رفتارسازی در کودکان بوجود می‌آید. بر همین اساس، به دلیل وابستگی شدیدی که کودکان و نوجوانان با اسباب‌بازی‌ها پیدا می‌کنند، موضوع توسعه صنعت اسباب‌بازی مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار گرفته که پس از جنگ جهانی دوم، تولیدات انبوه محصولات اسباب‌بازی صورت گرفته و به تدریج برندهای بزرگی در این صنعت بوجود آمده که با واردات محصولات برندهای بزرگ، زمینه حضور رفتارهای فرهنگی و سبک زندگی غربی در جامعه فراهم می‌شود. بنابراین تبادلات بین‌المللی در حوزه اسباب‌بازی، تاثیر عمیقی بر رفتارهای فرهنگی کودکان و نوجوانان دارد که منطبق بر ساختارهای فرهنگی بومی و ایرانی-اسلامی نمی‌باشد.

این در حالی است که در بیشینه تاریخی ایران، تصاویری از اسباب‌بازی‌های کهن (پیش از دوره اسلام) و یا اشاراتی از اسباب‌بازی‌های مورد استفاده در ایران دوره اسلامی توسط نویسندگان شده است که به معنی قدمت حضور بازی و اسباب‌بازی در ایران است که متأثر از فرهنگ سنتی و بومی ایران بوده است. در دوره معاصر، با رشد کارخانه‌های اسباب‌بازی در اروپا و آمریکا، تاثیرات محصولات وارداتی اسباب‌بازی، سبب گردید تا شکل‌هایی از اسباب‌بازی که متأثر از فرهنگ غربی بوده در ایران شکل گرفته و مبتنی بر آن تولیدات اسباب‌بازی‌های مکانیکی و الکترونیکی از اوائل سده ۲۰ میلادی در کشور بوجود آید. با این وجود، این موضوع نشان دهنده آن است که تولید اسباب‌بازی به نسبت سایر محصولات فرهنگی، از پیشینه قدیمی‌تری برخوردار بوده و با گذر زمان، توسعه فناوری و مدرنیزه شدن زندگی‌های اجتماعی، تحولات گوناگونی در طراحی و تولیدات اسباب‌بازی‌های ایرانی بوجود آمده است. با وجود این، به دلیل سابقه و قدمت تولیدات اسباب‌بازی در کشورهای اروپایی و آمریکایی، عمده بازار محصولات اسباب‌بازی در اختیار اسباب‌بازی‌های وارداتی است و همین امر باعث شده که گرایش تولیدکنندگان داخلی نیز به کپی‌برداری از اسباب‌بازی‌های خارجی برای جلب مخاطبان ایرانی صورت گیرد.

بنابراین علیرغم قدمت و پیشینه سنتی ایران در بازی‌ها و اسباب‌بازی‌های بومی و محلی،

اما به دلیل رویکردهای نوین و توسعه فناوری‌های صورت گرفته در تولیدات اسباب‌بازی خارجی، عملاً در دوره کنونی، بیش از ۸۰ درصد بازار اسباب‌بازی داخلی در اختیار محصولات وارداتی است که تاثیرگذاری فرهنگی خود را بر رفتار مخاطبان دارد. همزمان با این موضوع، قاچاق اسباب‌بازی‌های خارجی که اساساً با فرهنگ ایرانی-اسلامی نیز مغایرت دارد، نیز به دلیل جاذبه‌های آن وجود دارد.

از سوی دیگر، مبتنی بر آمار اندازه بازار اسباب‌بازی، گردش مالی ۳۵۰ میلیون دلاری در کشور برآورد می‌گردد که با توجه به تغییرات شدید نرخ ارز در سال‌های اخیر و افزایش چندبرابری قیمت اسباب‌بازی‌های وارداتی، عملاً صحنه بازاری داخلی، از حضور اسباب‌بازی‌های خارجی کمتر شده و امکان حضور موثر اسباب‌بازی‌های ایرانی در این صحنه و رقابت با محصولات وارداتی وجود دارد. اما ناهماهنگی‌های ساختار در زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی ایرانی، سبب می‌شود که رشد سریع در تولیدات اسباب‌بازی‌های ایرانی و حضور موثر در بازار داخلی محدود گردد. همچنین تجارب جهانی نشان می‌دهد که صنعت اسباب‌بازی، علیرغم آنکه در رقابت با محصولات فرهنگی همانند بازی‌های ویدئویی نیز قرار دارد، اما به دلیل گرایش ذاتی و غریزی کودکان به بازی و اسباب‌بازی، رشد صنعت اسباب‌بازی متناسب با رشد جمعیت جامعه وجود دارد و عملاً رکود و یا کاهش در فروش بازار اسباب‌بازی بوجود نخواهد آمد. براین اساس، تغییرات نرخ ارز و رشدهای ثابتی که فروش اسباب‌بازی در سال‌های آینده مواجه می‌شود، فرصت‌های مهمی است که زمینه توسعه پایدار صنعت اسباب‌بازی را می‌تواند فراهم آورد.

از سوی دیگر، با وجود واردات گسترده اسباب‌بازی و قاچاق اسباب‌بازی‌های ممنوعه، اما به دلیل گرایش عمیقی که در فرهنگ جامعه نسبت به مفاهیم مذهبی و دینی وجود دارد، زمینه درونی برای مخاطبان جامعه ایرانی جهت گرایش به بازی‌ها و اسباب‌بازی‌های ایرانی وجود دارد و بر همین اساس در صورت اتخاذ راهبردهای موثر، امکان توسعه و رونق صنعت اسباب‌بازی داخلی فراهم است.

در این سیاست‌نامه، با مروری بر شناخت کلان‌وضعیت صنعت اسباب‌بازی ایران، مسائل و چالش‌های این صنعت تبیین و توصیف شده و با شناسایی عوامل اهرمی موثر بر توسعه

صنعت، اقدامات راهبردی توسعه صنعت پیشنهاد شده است. سپس با در نظر گرفتن ظرفیت‌های متنوع سازمان تبلیغات اسلامی به عنوان یکی از سازمان‌های تاثیرگذار فرهنگی کشور، مشخصه‌سازی اقدامات راهبردی در چهار سطح حکمرانی، زیرساخت‌های تولیدی، زیرساخت‌های پشتیبان صنعت و زیرساخت‌های ترویجی تبیین شده تا مبنی بر پیاده‌سازی اقدامات راهبردی، زیست‌بوم توسعه صنعت اسباب‌بازی ایرانی فراهم گردد. امیداست سیاست‌نامه توسعه صنعت اسباب‌بازی ایران بتواند مورد توجه ذی‌نفعان توسعه صنعت اسباب‌بازی در کشور قرار گیرد. شایان ذکر است از تمامی عزیزانی که در تهیه و تدوین این سیاست‌نامه مشارکت داشته‌اند، تقدیر و تشکر می‌گردد.

فهرست

۴	خلاصه اجرایی
۱۲	مقدمه
۱۸	شناخت کلان وضعیت
۱۸	۱ نقشه وضعیت صنعت اسباب بازی ایران
۲۵	۱ زنجیره ارزش صنعت اسباب بازی ایران
۲۸	۱ نگاهت نهادی صنعت اسباب بازی ایران
۳۶	مسائل و چالش ها
۳۶	۱ تبیین و توصیف صنعت اسباب بازی با تحلیل محیطی صنعت
۳۹	۱ عوامل اهرمی موثر بر توسعه صنعت اسباب بازی ایران
۴۲	پیشنهادهای سیاستی
۴۲	۱ بیانیه چشم انداز توسعه صنعت اسباب بازی ایران
۴۴	۱ اقدامات راهبردی توسعه صنعت اسباب بازی ایران
۵۰	اقدامات راهبردی اولویت دار
۵۰	۱ اقدامات راهبردی نقش آفرینی در صنعت اسباب بازی
۵۲	۱ اقدامات راهبردی جهت دهی به صنعت و بازار اسباب بازی
۵۴	۱ اقدامات راهبردی پایدارسازی در صنعت و بازار اسباب بازی
۵۸	مراجع و منابع

مقدمه

مقدمه

کودکان، برای بازی به اسباب آن نیاز دارند. در واقع اسباب بازی‌ها ابزاری برای کسب تجربه و کشف هستند، به رشد و تکوین شخصیت کودکان کمک می‌کنند و می‌توانند آن‌ها را از دنیای درونی‌شان بیرون بیاورند و به ارتباط او با دنیای بیرون کمک کنند. بازی همانند موسیقی، نقاشی و شعر ظاهری فرهنگی دارد و همچون یک رفتار اجتماعی، شکل و محتوای فرهنگی آن، با شکل و محتوای فرهنگی جامعه‌ای که در آن پدید آمده و به کار می‌رود، تطبیق پیدا می‌کند. بنابراین شکل و محتوای بازی‌ها به اوضاع اجتماعی و فرهنگی جامعه بستگی دارد. در همین راستا، ابزار بازی و نوع اسباب بازی، از وضعیت اقلیمی، فرهنگ جامعه و محیط زندگی تاثیر می‌پذیرد. اسباب بازی، مهمترین کالا فرهنگی است که ارتباط بین مصنوعات و رفتارهای اجتماعی را نشان می‌دهد. اسباب بازی‌ها، اشیایی هستند که با اسطوره‌ها و فناوری‌های زندگی مدرن بزرگسالان هماهنگ هستند. بر همین اساس، اسباب بازی‌های اولیه، بیش‌تر اشیایی بزرگسالان بودند مثل ابزارها، آشپزخانه‌های کوچک و عروسک‌ها، زیرا مدل‌هایی از اشیاء بودند که در بازی، رفتارها یا مهارت‌های مورد نیاز در زندگی بزرگسالی را بروز می‌دادند و امکان تقلید و تمرین را فراهم می‌کردند.

بر همین اساس، اسباب بازی‌ها، ابزارهای کودکان برای بهتر بازی کردن هستند. اسباب بازی‌ها جزء مهمی از بازی و برای کمک به رشد فیزیکی، ذهنی، اجتماعی و احساسی کودکان خیلی ارزشمند هستند و نشان دهنده زمان و فرهنگی هستند که در آن زندگی در جریان است. بنابراین تولیدکنندگان اسباب بازی در سراسر جهان، هم‌گام با دنیایی که به سرعت در حال تغییر است، اسباب بازی‌هایی کمابیش مناسبی برای لذت بردن کودکان و به چالش کشیدن

خلاقیت و تخیل آن‌ها ارائه می‌دهند.

اسباب‌بازی‌ها گاه به جز وسیله سرگرمی و ایجاد لحظات شاد برای کودکان و بزرگسالان، با قواعد و مبانی نهفته در خود، چارچوب گسترده آداب و اعتقادات هر قوم و جامع‌ای را نمایان می‌سازند یا در راستای اهداف آموزشی-تربیتی، به عنوان یک ابزار کمک آموزشی در آموزش مهارت‌ها و دانش‌ها نقش ایفا می‌کند. بنابراین ورود اسباب‌بازی، به معنای ورود فرهنگ و آداب و رسوم ملت‌ها و جوامع دیگر خواهد بود. بنابراین در برابر فرهنگ وارداتی، لازم است تا اسباب‌بازی به درستی شناخته شود و برمبنای ارزش‌ها و فرهنگ ایرانی-اسلامی، بازی‌ها و اسباب‌بازی‌ها ساخته شود و به شیوه درست به جامعه معرفی گردد. بنابراین اسباب‌بازی‌ها ریشه در تاریخ و فرهنگ ملت‌های مختلف دارند و هیچ ملتی را نمی‌توان یافت که برای کودکان‌شان اسباب‌بازی طراحی و ساخته باشند؛ هرچند ابتدایی و ساده. وجود عروسک‌های ملل مختلف در جهان نیز موید همین ماجراست به گونه‌ای که در موزه عروسک ملل در ایران بیش از دو هزار عروسک گردآوری شده است.

در همین راستا، با وجود گردش مالی ۳۵۰ میلیون دلاری اسباب‌بازی در کشور [۱]، اما سرانه مصرف اسباب‌بازی برای کودکان و نوجوانان در حدود ۱۴ دلار است که این سرانه از میانگین جهانی سرانه مصرف اسباب‌بازی، بسیار کمتر است و این به معنی آن است که خانواده‌های ایرانی به کالای اسباب‌بازی، به عنوان کالای لوکس و کالای هدیه نگاه می‌کنند و هنوز اسباب‌بازی در سبد مصرف کالاهای فرهنگی خانواده جایگاه موثری ندارد. بر همین اساس، علیرغم گردش نسبتاً بالای مالی اسباب‌بازی در کشور، به دلیل پائین بودن بسیار زیاد سرانه مصرف اسباب‌بازی، رونق صنعت اسباب‌بازی در کشور صورت نمی‌پذیرد. بر همین اساس، مهمترین ناهماهنگی ساختار صنعت اسباب‌بازی، عدم توجه به فرآیندهای توزیع و ترویج استفاده از اسباب‌بازی است.

با وجود توسعه فناوری‌های اسباب‌بازی، اما همچنان توزیع محصولات اسباب‌بازی در ساختارهای توزیع سنتی و بنکداری صورت می‌گیرد که عملاً امکان بازخوردگیری از وضعیت توزیع و رفتار مصرف‌کنندگان برای تولیدکنندگان وجود ندارد. از سوی دیگر، والدین در خانواده‌ها، مسئولیت خرید اسباب‌بازی را برعهده دارند که شناخت کافی از تاثیرگذاری

اسباب‌بازی در فرآیند تربیتی کودکان و نوجوانان خود ندارند و همین عدم آگاهی سبب می‌شود نسبت به تامین اسباب‌بازی به عنوان یک کالای فرهنگی ضروری اقدام صورت نگیرد. بنابراین در این بخش توسعه هوشمند سازوکارهای توزیع و ارتقا فعالیت‌های ترویجی جهت دانش‌افزایی والدین و مربیان به عنوان تسهیل‌گران تربیتی کودکان و نوجوانان می‌بایست مورد توجه قرار گیرد.

از سوی دیگر، مساله بازی و اسباب‌بازی به عنوان مهمترین بخش در موضوع سرگرمی، از جایگاه مناسب و موثری در ساختار حاکمیتی کشور برخوردار نیست. مهمترین نهاد تصمیم‌گیری در حوزه اسباب‌بازی، شورای نظارت بر طراحی، ساخت، واردات و توزیع اسباب‌بازی است که متأسفانه از جهت جایگاه سازمانی این شورا در داخل ساختار کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان که یک شرکت دولتی زیان‌ده است، قرار گرفته و عملاً نقش موثری در صحنه سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری صنعت و بازار اسباب‌بازی نمی‌تواند داشته باشد. بنابراین ارتقا جایگاه قانونی شورا و ایجاد هم‌افزایی و هم‌گرایی مابین نهادهای عضو شورا می‌تواند زمینه مناسبی را برای ارتقا حکمرانی در عرصه توسعه صنعت اسباب‌بازی کشور فراهم آورد.

همچنین با توجه افزایش نرخ ارز، امکان حضور موثر تولیدات داخلی اسباب‌بازی در بازار داخلی وجود دارد، اما در این زمینه نیاز به هماهنگ‌سازی جهت ارتقا فرآیندهای تولیدی و کیفیت تولیدات داخلی وجود دارد. در این بخش، دو موضوع بسیار مهم حائز اهمیت است؛ اول موضوع ارتقا توانمندی‌های نیروی انسانی از طریق توسعه رشته‌های آموزشی و ایجاد آکادمی‌های متصل به تولید است تا متناسب با نیازمندی‌های تولیدکنندگان اسباب‌بازی، ظرفیت‌های آموزشی برای دانش‌افزایی نیروی انسانی در فرآیند تولید اسباب‌بازی بوجود آید. در بخش دوم، توجه به ایجاد خوشه صنعتی اسباب‌بازی با برنامه‌ریزی پیوندهای رو به جلو و رو به عقب در لوازم جانبی و صنایع همبسته است تا ظرفیت‌های تولیدی موجود در صنعت و صنایع وابسته همگرا شده و با ارتقا بهره‌وری ظرفیت‌های تولید معطل مانده، تنوع محصولات اسباب‌بازی و افزایش تیراژ تولیدات داخلی صورت پذیرد.

آخرین موضوع آن است که اسباب‌بازی کالای فرهنگی است که ریشه عمیقی در هویت و

فرهنگ دارد. زمانی که بیش از ۸۰ درصد بازار اسباب‌بازی در اختیار محصولات وارداتی باشد و از سوی دیگر، امکان حضور اسباب‌بازی‌های قاچاق نیز وجود داشته باشد، عملاً مسیر هموار برای حضور و تثبیت فرهنگ و سبک زندگی غربی در کودکان و نوجوانان فراهم می‌شود. مساله دیده‌شدن اسباب‌بازی‌های داخلی در ساحت‌های دیگر فرهنگی که سبب شود تا داستان‌های متعدد فرهنگی برای هویت‌سازی اسباب‌بازی بوجود آید، مهمترین رویکرد برای جذب و وفادارسازی مخاطبان نسبت به اسباب‌بازی ایرانی است. اسباب‌بازی‌های ایرانی که هیچگونه ارتباط و همبستگی با محصولات دیگر فرهنگی ندارد، عملاً نمی‌تواند در این میدان رقابت فرهنگی، نسبت محصولات وارداتی دست برتر را داشته باشد. بر همین اساس، رهبر انقلاب نیز در بیانات خود در ۱۹ آذر ۹۲ فرمودند که در کنار ساخت عروسک، باید فیلم‌های متعددی ساخته شود که عروسک به کودکان و نوجوانان معرفی گردد و وقتی اینکار صورت نگیرد، ورشکستگی فرهنگی ایجاد می‌شود. این به معنی آن است که اولاً اسباب‌بازی می‌تواند پیوست فرهنگی داشت باشد و لازم است که پیوست فرهنگی آن هم محقق گردد، با این رویکرد، بازار داخلی مصرف اسباب‌بازی ایرانی توسعه پیدا خواهد کرد.

شناخت کلان وضعیت

شناخت کلان وضعیت

۱ نقشه وضعیت صنعت اسباب بازی ایران

تعاریف مختلفی برای صنعت اسباب بازی ارائه شده که عمومی‌ترین تاکید می‌کند، صنعت اسباب بازی (Toy Industry)، شامل بخش‌های طراحی، تولید و عرضه (بازارسازی، بازاریابی و فروش) اسباب بازی، وسایل و ابزار بازی است. در همین راستا، صنعت اسباب بازی مبتنی بر تعریف نظام دسته‌بندی صنایع آمریکای شمالی (NAIC-North American Industry Classification System)، شامل شرکت‌های ساخت عروسک‌ها، لباس و اجزای عروسک‌ها، مجموعه‌های بازی‌ها برای بزرگسالان و کودکان، اسباب بازی‌های مکانیکی و غیرمکانیکی می‌شود [۱]. بر همین اساس، سازندگان بازی‌های ویدئویی و کامپیوتری در تعریف صنعت اسباب بازی در نظر گرفته نمی‌شود. مبتنی بر تعریف ارائه شده، طبقه‌بندی‌های متنوعی از تولیدات اسباب بازی وجود دارد که یک طبقه‌بندی بر اساس طراحی اسباب بازی، در شکل (۱)، نشان داده شده است.

همانطور که مشاهده می‌شود، صنعت اسباب بازی از جمله صنایع فرهنگی است که دارای تنوع بسیار زیادی محصولات بازی و اسباب بازی است و همین تنوع سبب پوشش ذائقه‌های متنوعی از کودکان و نوجوانان شده و زمینه لازم برای رفتارسازی فرهنگی را در مخاطبان ایجاد می‌کند.

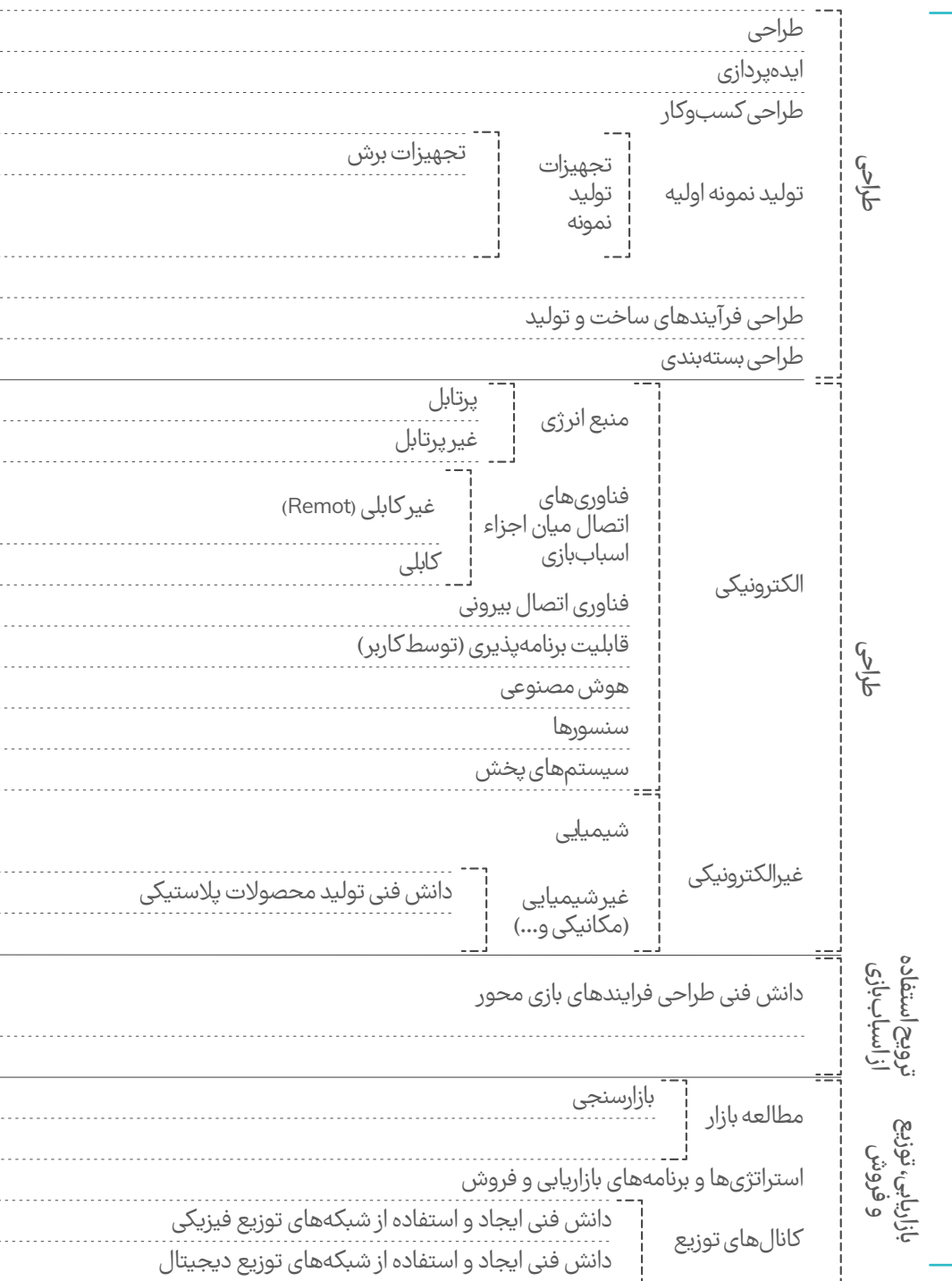
از سوی دیگر، با وجود آنکه صنعت اسباب بازی، همانند سایر صنایع تولیدی، از یک ساختار صنعتی تولیدی برخوردار است، اما وجود تنوع محصولات بازی و اسباب بازی، به معنی آن است که صنعت اسباب بازی در نگاه ملی، نیازمند به تنوعی از تخصص‌های انسانی در حوزه‌های مختلف طراحی، طراحی صنعتی، معماری، روانشناسی، هنری و تخصص‌های تولیدی و تکنسینی متناسب

با نوع و جنس محصولات اسباب بازی است که در صورتی که زنجیره صنعتی اسباب بازی در کشور گسترش و توسعه پیدا کند، نیازمندی‌های متنوعی برای بکارگیری متخصصان بوجود می‌آید.

Category Group	Subcategory
Action Figure/ Accessories & Action Role Play	Action Figure/Play-set/Accessories/ Role Play, Battling Toys & Play-sets
Arts & Crafts	Clay/Dough/Sand, Mechanical/Digital Design, Craft & Paint Kits
Building Sets	Building & Junior Sets
Dolls	Nurturing Dolls & Accessories, Fashion Themed Dolls, Figures & Accessories, Fashion Styling & Dress-up, Play- set Themed Figures & Accessories, Display Doll/Other Doll & Accessories, Doll Houses/Furniture
Games/Puzzles	Games (excl. Trade Card Games), Strat Trade Card Games, Puzzles
Infant/Preschool Toys	Infant Toys, Preschool Toys (excl. Figure), Preschool Figures/Play-sets & Accessories
Youth Electronics	Youth Electronics
Outdoor & Sports Toys	Ride-Ons, Sports Toys, Summer Seasonal Toys
Plush	Plush
Vehicles	Powered Vehicles, Non-Powered Vehicles
All Other Toys	Models & Accessories, All Other/ Miscellaneous Toys, Educational/Musical Toys

شکل (۱). طبقه‌بندی انواع اسباب بازی مبتنی بر طراحی اسباب بازی [۲].

تنوع زیاد تخصص‌های مورد نیاز در صنعت اسباب بازی و همچنین میان‌رشته‌ای بودن اسباب بازی به معنی توجه به نقش فناوری در این صنعت است. با بررسی صورت گرفته، جدول فناوری‌های اسباب بازی در شکل (۲)، قابل مشاهده است.



فناوری‌های محوری شرکت

طراحی کانسپت مدل سازی تصویرسازی طراحی گرافیک

دانش فنی تدوین ایده محوری بازی دانش فنی شناخت انواع بازی

دانش فنی طراحی مدل کسب و کار (BM) دانش فنی طراحی برنامه کسب و کار (BP)

دانش فنی استفاده و بکارگیری دستگاه های برش دیجیتال دانش فنی استفاده و بکارگیری دستگاه های برش CNC دانش فنی استفاده از سایر شیوه های برش

دانش فنی استفاده و بکارگیری پرینتر سه بعدی دانش فنی استفاده و بکارگیری دستگاه های چاپ دیجیتال دانش فنی استفاده از تجهیزات قالب سازی

دانش فنی استفاده از تجهیزات خیاطی دانش فنی استفاده از تجهیزات رنگ آمیزی

دانش فنی انتخاب مواد دانش فنی ارزیابی عملکرد بازی (Play Test)

دانش فنی انتخاب مواد نهایی دانش فنی طراحی فرایند تولید دانش فنی انتخاب فناوری تولید

دانش فنی و مهارت طراحی هنری بسته بندی دانش فنی طراحی صنعتی بسته بندی

دانش فنی بکارگیری باتری معمولی در محصول دانش فنی بکارگیری باتری شارژی در محصول دانش فنی بکارگیری سلول خورشیدی در محصول

دانش فنی بکارگیری آداپتور در محصول

دانش فنی بکارگیری وای فای در محصول دانش فنی بکارگیری بلوتوث در محصول دانش فنی بکارگیری اینفرارد در محصول

دانش فنی بکارگیری سایر فناوری های غیر کابلی اتصال میان اجزاء در محصول

دانش فنی بکارگیری فناوری اتصال کابلی در محصول

دانش فنی بکارگیری IOT در محصول دانش فنی بکارگیری پردازش تصویر در محصول دانش فنی بکارگیری AR در محصول

دانش فنی کدنویسی برای ایجاد قابلیت برنامه پذیری در محصول

دانش فنی کد نویسی برای ایجاد هوش مصنوعی در محصول

دانش فنی استفاده از سنسور حرکتی دانش فنی استفاده از سنسور صوتی دانش فنی استفاده از سنسور تصویری

نور صدا تصویر

دانش فنی تولید مواد پایدار دانش فنی تولید مواد باویزگی چسبندگی دانش فنی تولید مواد با قابلیت خوراکی دانش فنی تولید مواد با قابلیت تغییر رنگ

دانش فنی تولید مواد با قابلیت تغییر شکل مواد دانش فنی تولید مواد انفجاری

دانش فنی تولید اسباب بازی های کوچک پلاستیکی دانش فنی تولید اسباب بازی های معمولی پلاستیکی

دانش فنی تولید محصولات چوبی دانش فنی تولید محصولات فلزی دانش فنی تولید محصولات پارچه ای دانش فنی تولید محصولات مقوایی و کاغذی دانش فنی تولید محصولات شیشه ای

دانش فنی طراحی فرآیندهای بازی محور حرکتی-مهارتی دانش فنی طراحی فرآیندهای بازی محور آموزشی و کمک آموزشی دانش فنی طراحی فرآیندهای بازی محور فکری

دانش فنی طراحی فرآیندهای بازی محور فرهنگی و هنری دانش فنی طراحی فرآیندهای بازی محور کمک درمانی

دانش و مهارت فنی نقد و تحلیل اثربخشی بازی

دانش تحلیل روند بازار دانش شناسایی رقبا دانش تحلیل سهم بازار

دانش و مهارت ذائقه سنجی مخاطب

دانش استفاده از مدل های آمیخته بازاریابی دانش استفاده از روش های تبلیغات دانش استفاده از روش های برندینگ دانش و مهارت مدیریت ارتباط با مشتری

دانش فنی استفاده از روش های توزیع فیزیکی (مستقیم و غیرمستقیم) دانش فنی و مهارت خرده فروشی (قفسه چینی، دانش فروشندگی و...)

دانش فنی ایجاد فروشگاه آنلاین مهارت فروش در شبکه های اجتماعی

شکل (۲). جدول فناوری های صنعت اسباب بازی [۳].

نتایج بررسی‌های انجام شده در خصوص روندهای فناوری در صنعت اسباب‌بازی نشان می‌دهد که مسیرهای فناورانه در طراحی و تولید اسباب‌بازی در آینده شامل موارد زیر است:

- توسعه اسباب‌بازی‌های دوساحتی (تلاقی ساحت ملموس با ساحت مجازی در بازی کردن با استفاده از واقعیت‌های افزوده، مجازی و ترکیبی)
- پیاده‌سازی فناوری‌های اطلاعاتی در توسعه محصولات اسباب‌بازی (همانند اسباب‌بازی‌های متصل به گوشی‌های هوشمند)
- توسعه اینترنت اشیا در اسباب‌بازی با بکارگیری سنسورها و هوش مصنوعی
- بکارگیری مواد و متریال پیشرفته و هوشمند در ساخت اسباب‌بازی
- توسعه فناوری‌های ساخت و تولید اسباب‌بازی (همانند بکارگیری پرینتر سه بعدی در تولید اسباب‌بازی‌های شخصی‌شده)

توسعه بکارگیری فناوری‌های پیشرفته در مراحل طراحی و تولید اسباب‌بازی، نشان می‌دهد اسباب‌بازی به عنوان یک کالای فناورانه تلقی می‌شود که بکارگیری فناوری، زمینه مناسبی برای جذب مخاطبان کودک و نوجوان و تاثیرگذاری بر روی آنان فراهم می‌کند [۴].

تولید انبوه اسباب‌بازی، بطور جدی بعد از جنگ جهانی دوم آغاز شد و از آن زمان، صنعت اسباب‌بازی شکل گرفت. با بررسی آمار درآمد صنعت اسباب‌بازی، مشخص می‌شود با وجود فراز و نشیب‌ها، صنعت اسباب‌بازی متناسب با رشد جمعیت، با رشد و توسعه مواجه بوده که مطابق با آمار انجمن جهانی اسباب‌بازی، طی سال‌های ۲۰۰۷ از درآمد ۷۸/۳۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ به درآمد ۹۰/۰۷ میلیارد دلار رسیده که به صورت متوسط سالانه رشد ۱/۲۳ درصد را تجربه کرده و این درحالی است که متوسط رشد سالانه جمعیت جهانی در حدود ۱/۱۱ درصد است [۵]. بنابراین انتظار می‌رود رشد صنعت اسباب‌بازی، علیرغم رشد گزینه‌های رقیب در صنایع سرگرمی، همچنان متناسب با رشد جمعیت جهانی، ادامه داشته باشد. بر همین اساس، مطابق با برآوردهای صورت گرفته توسط سایت مارکت‌واچ، علیرغم همه‌گیری بیماری کرونا که سبب کاهش خریدهای فیزیکی شده، با وجود این، متوسط رشد سالانه ۱/۷ درصد و تحقق گردش مالی بیش از ۹۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴ برآورد شده است [۶].

همچنین به دلیل تفاوت‌هایی که در سودآوری تولید اسباب‌بازی در کشورهای جهان وجود دارد، مطابق با گزارش پایگاه داده تجارت بین‌المللی، در سال ۲۰۱۹، آمریکا ۳۴ میلیارد دلار، واردات اسباب‌بازی داشته و این در حالی است که کشور چین در همان سال، ۶۲ میلیارد دلار، صادرات اسباب‌بازی به کشورهای دنیا داشته است. این به معنی آن است که تولید اسباب‌بازی به دلیل منطق سودآوری در تولید، عمدتاً در کشور چین تولید شده و به کشورهای دیگر صادر می‌شود [۷] و این در حالی است که برترین کارخانه‌های تولیدکننده اسباب‌بازی، در کشورهای غیر از چین قرار دارد که در سال ۲۰۱۹ به ترتیب عبارتند از: برند Bandai از ژاپن با درآمد ۶/۶ میلیارد دلار در رتبه اول، برند Lego از اروپا با درآمد ۵/۷ میلیارد دلار در رتبه دوم و برند Hasbro از آمریکا با درآمد ۴/۷ میلیارد دلار [۸].

به دلیل نبود داده‌های مصرف، امکان ارائه اندازه بازار صنعت اسباب‌بازی در ایران فراهم نمی‌باشد، اما با توجه به برآوردهای ارائه شده، در سال ۹۷، اندازه بازار اسباب‌بازی، در حدود ۳۵۰ میلیون دلار برآورد شده است [۱]. با توجه به اینکه محصولات بازی و اسباب‌بازی، هم در تامین مواد اولیه برای تولید و هم در فروش محصولات، در بازرگانی بین‌المللی قرار گرفته برهمن اساس، وابستگی به تغییرات نرخ ارز، در قیمت مصرف‌کننده محصولات بازی و اسباب‌بازی، تأثیر بسیار زیادی دارد. براین اساس با توجه به تغییرات موجود آمده در نرخ ارز، سهم محصولات داخلی از گردش مالی اسباب‌بازی، با توجه به تغییرات نرخ ارز در سال ۹۹ و نقطه‌نظرات متخصصان صنعت، در حدود ۲۰ درصد تخمین زده می‌شود.

براین اساس، سرانه مصرف اسباب‌بازی در کشور، در حدود ۱۴ دلار تخمین زده می‌شود و این در حالی است که سرانه مصرف اسباب‌بازی در سال ۲۰۱۵ به ترتیب در استرالیا، ۵۰۰ دلار، انگلیس ۴۹۹ دلار و آمریکا ۴۸۲ دلار است [۹]. بنابراین مشخص می‌شود اساساً سرانه مصرف اسباب‌بازی، بسیار پائین بوده و برهمن اساس، اندازه بازار اسباب‌بازی در کشور توسعه پیدا نمی‌کند. بنابراین توجه به سیاست‌گذاری در جهت ارتقا مصرف اسباب‌بازی، یکی از مهمترین مسائلی است که باید در سیاست‌گذاری توسعه صنعت اسباب‌بازی در نظر گرفته شود.

با توجه به اینکه بازی و اسباب‌بازی در تجارت و بازرگانی بین‌المللی قرار دارد، براین اساس، محصولات بازی و اسباب‌بازی وارداتی نیز در کشور وجود دارد که در سال ۹۶، حدود ۸۶/۶

میلیون دلار و در سال ۹۷، حدود ۵/۱ میلیون دلار ثبت شده است که مهمترین علت افت شدید واردات اسباب‌بازی، افزایش زیاد نرخ ارز است که با توجه به تغییرات بعدی رخ داده در سال ۹۹، افت بیش از سال ۹۷، پیش‌بینی می‌شود. از سوی دیگر، با افزایش نرخ ارز، زمینه مناسب برای صادرات اسباب‌بازی فراهم می‌شود که در سال ۹۶، حدود ۶ میلیون دلار و در سال ۹۷، حدود ۲۰ میلیون دلار ثبت شده که پیش‌بینی افزایش آن در سال ۹۹ وجود دارد. مبتنی بر آمار ثبت شده، به ترتیب مقاصد صادراتی اسباب‌بازی‌های ایرانی، کشور عراق، کشور آذربایجان و کشور افغانستان است [۱۰].

در سال‌های گذشته به دلیل یائین بودن نرخ ارز، واردات غیررسمی (قاچاق) اسباب‌بازی نیز در کشور وجود داشته که در سال ۹۵، ۴۰ میلیون دلار تخمین زده شده است [۱۱]. نکته بسیار حائز اهمیت در این بخش، حضور محصولات بازی و اسباب‌بازی است که عموماً متناسب با شرایط فرهنگی بومی نبوده و اشاعه دهنده فرهنگ غربی می‌باشد که نمونه‌ای از آن در شکل (۳) نشان داده شده است.



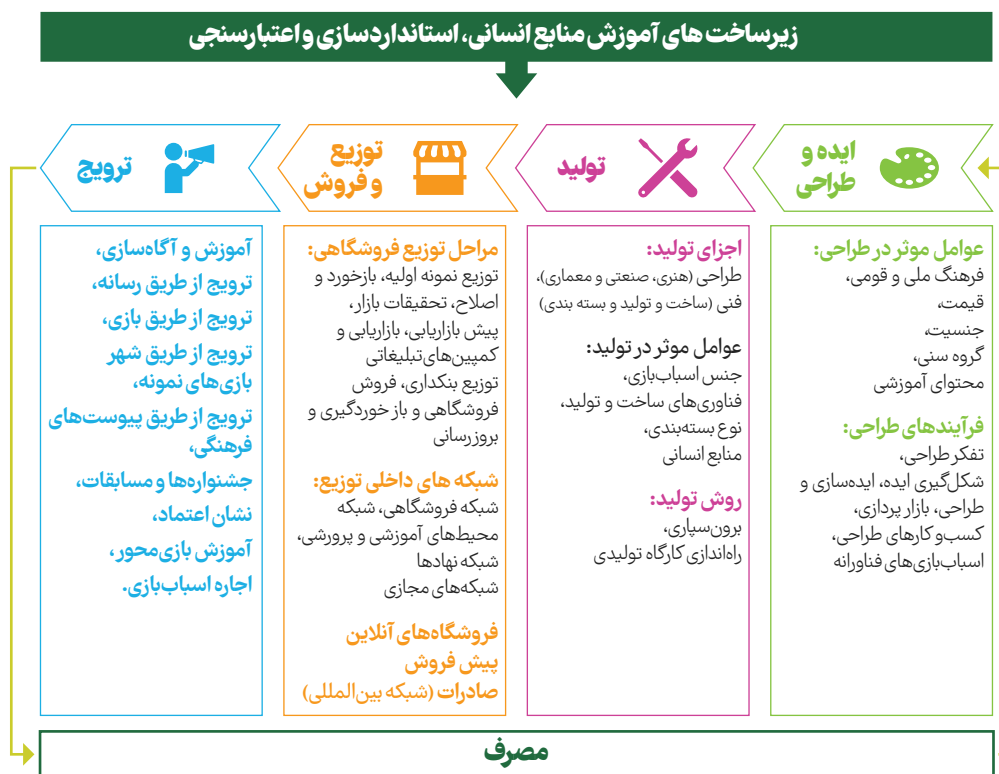
شکل (۳). نمونه‌ای از اسباب‌بازی‌های قاچاق و ممنوعه وارداتی.

به دلیل پیوند عمیقی که اسباب‌بازی با ریشه‌های فرهنگی دارد، ورود اسباب‌بازی‌های خارجی و مصرف آن در جامعه، زمینه لازم برای رفتارسازی فرهنگی در کودکان و نوجوانان مطابق با فرهنگ سبک زندگی غربی را بوجود می‌آورد. در همین راستا، مبتنی بر نتایج پیمایش میدانی [۱۲] صورت گرفته، پنج کاراکتر محبوب در میان فرزندان ایرانی عبارتند از: باب اسفنجی، فروزن، بن‌تن، اسپایدرمن و کیتی بدست آمده است. این به معنی آن است که تمام محصولات اسباب‌بازی و لوازم جانبی مرتبط با این کاراکترها، مورد علاقه و تقاضای فرزندان می‌باشد. با وجود این، براساس همین نتایج همین پیمایش، عمده برندهای اسباب‌بازی که توسط خانواده‌ها شناخته شده است، از برندهای اسباب‌بازی‌های ایرانی همانند درج، بازی‌تا، آریا، گلدونه و سایر موارد است. این به معنی آن است که نفوذ برندهای ایرانی در بین خانواده‌های ایرانی، توانسته از موفقیت نسبی برخوردار باشد و این آگاهی فرصت مناسبی برای ذائقه‌سازی در بین مخاطبان ایرانی است. اما متأسفانه به دلیل آنکه کاراکترهای محبوب فرزندان، غیرایرانی هستند، گرایش برندهای ایرانی برای تولید اسباب‌بازی‌های کپی‌شده خارجی و استفاده از شخصیت‌های خارجی بسیار وجود دارد تا از این طریق بتوانند وفاداری فرزندان به محصولات خود را تقویت نمایند. مشابه همین رویکرد، در خصوص فروشندگان اسباب‌بازی وجود دارد که چیدمان فروشگاه‌های خود را عموماً به اسباب‌بازی‌های خارجی یا اسباب‌بازی‌هایی با کاراکترهای خارجی اختصاص می‌دهند تا از این طریق، زمینه جذابیت کودکان و نوجوانان به هدایت خرید والدین را فراهم آورند [۱۲].

۱ زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی ایران

یکی از ابزارهای مهم برای شناخت هر صنعت، زنجیره ارزش صنعت است که فعالیت‌های اصلی و پشتیبان صنعت را ترسیم می‌کند. با بررسی مبانی زنجیره ارزش در مدل پورتر [۱۳] و انجام مطالعات موردی در خصوص ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی [۱۴]-[۱۶]، نشان داده می‌شود، زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی از یکسری مراحل متوالی تشکیل گردیده که طی هر یک از این مراحل، ارزشی بر محصول تولیدی افزوده می‌گردد. برای هر یک از این مراحل تعدادی فعالیت و وظیفه در نظر گرفته شده که پس از انجام این فعالیت‌ها

دروازه برای ورود به مرحله بعد باز می‌گردد. بر همین اساس، مراحل زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی به ترتیب ایده و طراحی، تولید، توزیع و فروش و ترویج در نظر گرفته شده است. همچنین فعالیت‌های پشتیبان در ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی شامل زیرساخت آموزش منابع انسانی، زیرساخت استانداردسازی و زیرساخت اعتبارسنجی است. مبتنی بر ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی، ارزش افزوده در فرآیند تولید اسباب‌بازی عبارتند از: درآمد ملی و ارزش افزوده اقتصادی، افزایش تولید محصولات بازی و اسباب‌بازی، رشد فرهنگ و هویت‌سازی، پرورش و اشتغال نیروهای متخصص و ارتقا دانش فنی در زمینه طراحی و تولید بازی. در شکل (۴)، ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی نشان داده شده است.



شکل (۴). ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی

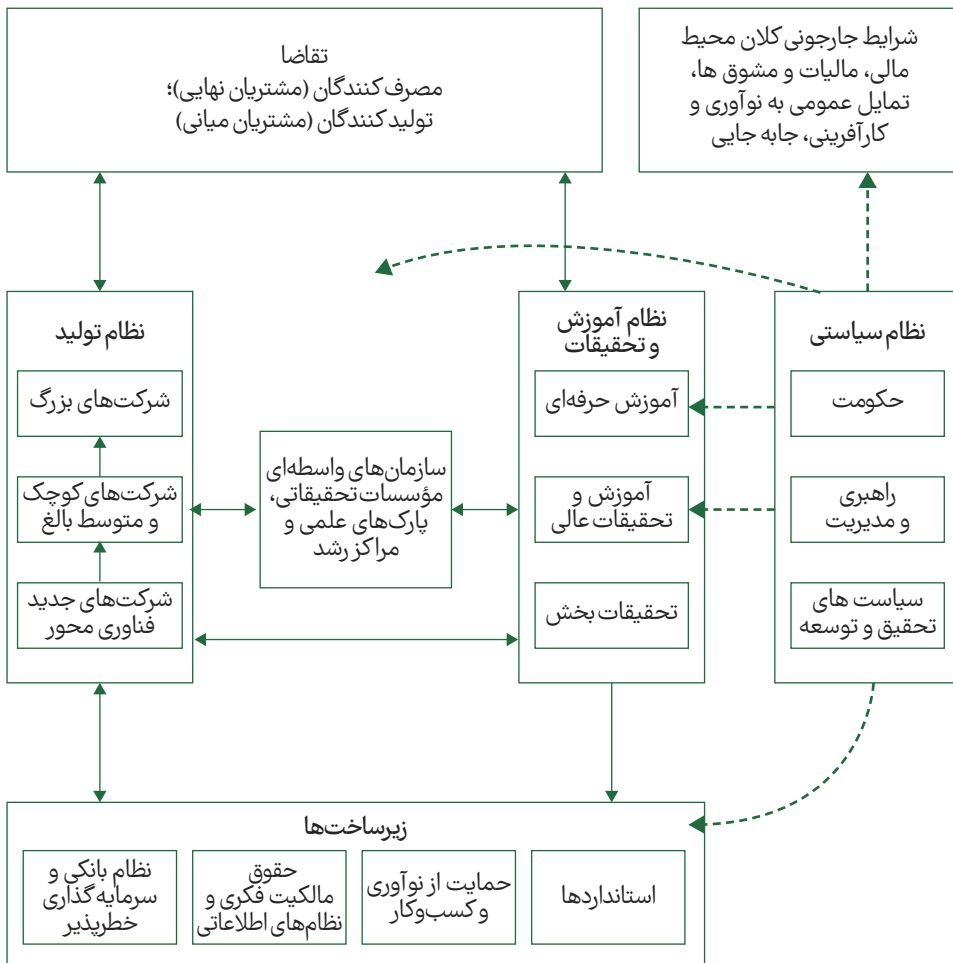
پس از تدوین ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی، ظرفیت‌های بازیگران ذریبط در صنعت اسباب‌بازی ایران، اعم از نهادها، سازمان‌ها و شرکت‌های خصوصی، شناسایی و متناسب با اهداف و ماموریت‌های آن‌ها، تطبیق فعالیت بازیگران با فعالیت‌های اصلی و پشتیبان زنجیره ارزش صنعت انجام پذیرفت که در نتیجه آن با جانمایی بازیگران شناسایی شده در ساختار زنجیره ارزش صنعت، کمبودها و مشکلات موجود در ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی ایران شناسایی گردید که خلاصه آن عبارتند از:

- ضعف بنیه طراحی و اتکای به کپی برداری در فرآیند تولید اسباب‌بازی؛
- عدم توجه به توسعه فناوری و انجام تولیدات اسباب‌بازی به شیوه سنتی؛
- وجود نظام سنتی-دولتی و انحصارگرایانه توزیع اسباب‌بازی بدون بازخورد و چانه‌زنی برای کاهش حاشیه سود تولیدکننده؛
- عدم آشنایی مخاطبان (والدین و مربیان) نسبت به کارکردهای رشد و پرورش اسباب‌بازی؛
- توجه به مدگرایی در خرید کالای اسباب‌بازی؛
- نبود استانداردهای لازم برای استاندارد کردن تولیدات اسباب‌بازی؛
- نبود نظام رده‌بندی سنی بومی برای راهبری طراحی اسباب‌بازی؛
- نبود ساختار آموزشی آمادمیک یا کارگاهی برای توانمندسازی نیروی انسانی در زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی؛
- متناسب نبودن شرایط محیط کسب و کار (قوانین مالیات، عوارض گمرکی، تخصیص ارز، قوانین بیمه و سایر) با وضعیت تولید اسباب‌بازی و گردش اقتصادی آن؛
- ضعف ساختار و نظام ثبت و صیانت از مالکیت معنوی جهت ثبت طرح اسباب‌بازی‌های داخلی و ثبت طرح‌های خراجی؛
- عدم وجود قوانین بازدارنده نسبت به توزیع بی‌قاعده اسباب‌بازی‌های خارجی.

۱ نگاشت نهادی صنعت اسباب‌بازی ایران

زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی، نمایی از ساختار صنعت اسباب‌بازی را به نمایش می‌گذارد. با وجود این، ساختار صنعت اسباب‌بازی در تعامل و همکاری با سایر نهادها و بازیگران دیگر قرار دارد و در صورتی که ساختار نهادی صنعت اسباب‌بازی و چالش‌های آن مورد توجه قرار نگیرد، عملاً سیاست‌گذاری توسعه صنعت، به دلیل عدم توجه به شناخت وضعیت موجود ساختار نهادی و درک شکاف‌های آن با وضعیت مطلوب نمی‌تواند کارایی و اثربخشی داشته باشد. براین اساس، تحلیل ساختار نهادی از جنبه دیگری وضعیت صنعت اسباب‌بازی را تحلیل می‌نماید که در این چارچوب، اولاً کارکردهای ساختار نهادی صنعت فهرست شده، ثانیاً سازمان‌ها و نهادهای فعال در حوزه کارکردی مشخص شده و ثالثاً ارتباطات بین آن‌ها ترسیم می‌گردد [۱۷]. این چارچوب خاص، نگاشت نهادی نامیده می‌شود که در واقع، نمایی ساده و در عین حال جامع از وضعیت موجود نهادهای ذی‌نفع در صنعت اسباب‌بازی کشور است که با بررسی آن می‌توان نقایص موجود در ساختار نهادها و روابط میان آن‌ها را شناسایی و تحلیل کرد. با در نظر گرفتن مبانی نظام نوآوری، الگوی عمومی ساختار نظام نوآوری در شکل (۵) به نمایش درآمده است.

با توجه به الگوی ساختار نظام نوآوری، ذی‌نفعان صنعت اسباب‌بازی ایران اعم از نهادهای دولتی، حاکمیتی، غیردولتی و انجمن‌ها، دانشگاهی و شرکت‌های خصوصی شناسایی و مورد بررسی قرار گرفته که با توجه به ماموریت‌های آنان، نقش هرکدام از آنها در ساختار نهادی نظام نوآوری، در جدول (۱)، نشان داده شده است.



شکل (۵). ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب بازی

جدول ۱. وضعیت موجود نگاهت نهادی ذی نفعان صنعت اسباب بازی ایران

	سیاستگذاری					
	هدایت و هدفگذاری	هماهنگی و یکپارچه‌سازی	تدوین قوانین و مقررات	ارزایی و نظارت	شبکه‌سازی	مالکیت فکری
شورای عالی انقلاب فرهنگی	✓	✓	✓			
شورای نظارت بر اسباب بازی	✓	✓	✓	✓		✓
کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی	✓		✓			
ستاد حمایت و صیانت از محصولات فرهنگی	✓	✓		✓		
وزارت صنعت، معدن و تجارت						
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی			✓			
ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق			✓			
سازمان ملی استاندارد ایران			✓			
ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز			✓			
گمرک ج.ا.ا			✓			
نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران (ناجا)			✓			
شهرداری‌ها						
اداره کل مالکیت صنعتی	✓					
ایده پردازان						
طراحان						
نمونه‌سازان						
شرکت‌های دولتی تولیدی						
شرکت‌های خصوصی تولیدی						
واردکنندگان اسباب بازی						
انجمن تولیدکنندگان اسباب بازی		✓	✓			
توزیع کنندگان دولتی						
توزیع کنندگان خصوصی						
فروشگاه‌ها، سوپرمارکت‌ها، دکه‌های مطبوعات و ...						
سازمان توسعه صادرات ایران						
وزارت آموزش و پرورش						
پارک‌ها و مراکز رشد فرهنگی						
بانک‌ها، صندوق‌های حمایتی و ...						
صداوسیما (رسانه ملی)						
شرکت‌های ایجاد خط تولید						
مشاوران و مجریان تبلیغاتی						
نمایشگاه‌های محصولات فرهنگی						
چشنواره‌ها و همایش‌ها						
نشریات حوزه‌ی اسباب بازی						
پایگاه‌های اینترنتی اسباب بازی						
دانشگاه‌ها						
پژوهشگاه‌ها و پژوهشگران مستقل						
کانون پرورش فکری کودکان	✓	✓				

مبتنی بر بررسی صورت گرفته در مورد وضعیت ذی‌نفعان صنعت اسباب‌بازی ایران و ساختار نظام نوآوری، در خصوص مشکلات و چالش‌های نهادی، تحلیل شکاف صورت که عمده مشکلات و موانع عبارتند از:

- تعدد متولیان هدایت و خط‌مشی‌گذاری در صنعت اسباب‌بازی؛
- خلاء بخش آموزشی و پژوهشی در ساختار صنعت اسباب‌بازی و لزوم توجه به توسعه رشته یا میان‌رشته هنر صنعت اسباب‌بازی؛
- خلاء کارکرد شبکه‌سازی در صنعت اسباب‌بازی؛
- خلاء نهادهای حاکمیتی در زمینه خلق اولیه و طراحی اسباب‌بازی برای حضور موثر در فضای رفتارهای فرهنگی کودکان و نوجوانان؛
- لزوم توجه به ایجاد و تقویت بنیه طراحی اسباب‌بازی با هدف جلوگیری از کپی‌پردازی محصولات خارجی به خصوص در شرکت‌های خصوصی تولیدکننده؛
- لزوم توجه به تقویت نهادهای مالی به منظور تامین مالی صنعت اسباب‌بازی؛
- لزوم توجه به مراکز توسعه فناوری به خصوص فناوری‌های نوین با هدف ارتقا تراز کیفیت تولیدات اسباب‌بازی در مقایسه با تولیدات محصولات خارجی مشابه؛
- لزوم توجه به تقویت و کمک به توسعه شرکت‌های توزیع‌کننده هوشمند برای ساماندهی مکانیزم توزیع هدفمند برای محصولات اسباب‌بازی؛
- لزوم کمک به ایجاد نهادهای ناظر و ارزیابی با هویت انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد به منظور رتبه‌بندی محصولات اسباب‌بازی متناسب با نیازمندی‌های سنی، جنسیتی و فرهنگی؛
- لزوم پشتیبانی از توسعه فعالیت مجموعه‌های ترویج‌کننده اسباب‌بازی با هدف افزایش آگاهی مخاطبان جامعه نسبت به کارکرد اسباب‌بازی و پشتیبانی از خرید هدفمند محصولات اسباب‌بازی؛
- لزوم توجه به بازبینی قوانین و مقررات موجود با هدف بهبود فضای کسب و کار در صنعت اسباب‌بازی (شامل قوانین مالیاتی و بیمه‌ای و مجوزهای تولید)؛

- لزوم بازنگری در قوانین صیانت از مالکیت معنوی با هدف وضع قوانین بازدارنده برای عرضه محصولات اسباب‌بازی خارجی و یا استفاده از کاراکترهای خارجی در توزیع محصولات اسباب‌بازی.

مسائل و چالش‌ها

مسائل و چالش‌ها

I تبیین و توصیف صنعت اسباب‌بازی با تحلیل محیطی صنعت

با توجه به چالش‌های شناسایی شده در زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی و نگاشت نهادی آن و همچنین مصاحبه‌های تفصیلی صورت گرفته با خبرگان و متخصصان فعال [۲] در حوزه صنعت اسباب‌بازی، تحلیل محیطی صنعت اسباب‌بازی مبتنی بر مبانی برنامه‌ریزی راهبردی، در بخش‌های نقاط قوت و ضعف و زمینه‌های تهدیدات و فرصت‌های توسعه صنعت، مورد توجه قرار گرفته که به صورت خلاصه به جداول (۲) اشاره می‌شود:

جدول (۱-۲). نقاط قوت و ضعف توسعه صنعت اسباب‌بازی ایران
مبتنی بر نظرات خبرگان و متخصصان

نقاط قوت	
S1 حضور انجمن تولیدکنندگان اسباب‌بازی ایران به عنوان مهمترین نهاد صنفی صنعت اسباب‌بازی و عضویت بیش از 100 تولیدکننده اسباب‌بازی در آن	S4 برگزاری جشنواره ملی اسباب‌بازی به عنوان مهمترین رویداد حوزه صنعت و بازار اسباب‌بازی ایرانی
S2 شناخته شدن بازی و اسباب‌بازی به عنوان یکی از شاخه‌های صنایع خلاق در آئین‌نامه حمایت از توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری	S5 وجود تجارب سنتی در حوزه بازی، اسباب‌بازی و عروسک‌های بومی و محلی
S3 شناخته شدن بخش فناوری اسباب‌بازی به عنوان شاخه‌ای از فناوری‌های دانش‌بنیان در قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان	S6 برگزاری چند دوره رویدادهای ایده‌پردازی اسباب‌بازی
	S7 سابقه طولانی کانون پروریش فکر کودکان و نوجوانان در حوزه تولید و توزیع فروشگاه اسباب‌بازی
	S8 تجارب موفق در صادرات محصولات اسباب‌بازی

نقاط ضعف

<p>W12 رقابت کانون پرورش فکری کودکان در تولید محصولات اسباب‌بازی با تولیدکنندگان خصوصی و مشارکت ضعیف با تولیدکنندگان خصوصی</p>	<p>W1 فقدان نظام آماری و وجود اطلاعات و داده‌های مورد نیاز در بخش‌های مختلف زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی (از تولید تا مصرف)</p>
<p>W13 ضعف توان طراحی در تولیدکنندگان اسباب‌بازی</p>	<p>W2 نبود ساختار قاعده‌مند در نظام نوآوری صنعت</p>
<p>W14 نبود تعاملات و ارتباطات بین تولیدکنندگان اسباب‌بازی جهت هم‌افزایی در ظرفیت‌های تولید</p>	<p>اسباب‌بازی جهت هدایت و راهبری نوآوری و تجاری‌سازی اسباب‌بازی</p>
<p>W15 ناکارآمدی نظام اعطای هولگرام و مجوز تولید اسباب‌بازی و لزوم جایگزینی آن با نظام‌های نوآورانه تشخیص اصالت محصولات اسباب‌بازی مبتنی بر مشارکت مردمی</p>	<p>W3 کمبود پژوهش‌های مرتبط با تولید اسباب‌بازی، استفاده اندک از طراحان و هنرمندان، عدم وجود گرایش طراحی اسباب‌بازی در دانشگاه‌ها و عدم همکاری مناسب با دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها</p>
<p>W16 ضعف در توسعه فناوری و به‌روز بودن فناوری‌های تولید اسباب‌بازی</p>	<p>W4 نبود تشکل، انجمن مردم‌نهاد و یا انجمن‌های علمی در حوزه‌های طراحان عروسک و اسباب‌بازی و فعالیت‌های ترویجی بازی و اسباب‌بازی</p>
<p>W17 نبود ساختار مناسب تامین مالی برای تولیدکنندگان اسباب‌بازی به خصوص تولیدکنندگان کوچک و نوآوران</p>	<p>W5 ناکارآمدی نظام ارزیابی اسباب‌بازی‌های وارداتی</p>
<p>W18 وجود نظام توزیع سنتی و انحصارگرایانه در توزیع محصولات اسباب‌بازی بدون ارائه بازخورد از وضعیت توزیع</p>	<p>W6 عدم وجود ضمانت اجرای قوی و کافی برای صیانت از مالکیت معنوی بازی و اسباب‌بازی به منظور جلوگیری از کپی شدن محصولات داخلی و یا فروش بدون لایسنس محصولات خارجی</p>
<p>W19 عدم هماهنگی بین نهادهای متولی محیط‌های اجتماعات کودکان و نوجوانان در تامین و خریداری محصولات اسباب‌بازی</p>	<p>W7 نبود سازوکارهایی جهت معرفی و ترویج کاربردی بازی و اسباب‌بازی به خصوص در محیط‌های اجتماعات کودکان و نوجوانان</p>
<p>W20 عدم توجه به پیوست‌نگاری فرهنگی برای محصولات اسباب‌بازی</p>	<p>W8 عدم توجه سازوکار جریان‌سازی و افزایش آگاهی مخاطبان نسبت به اثربخشی اسباب‌بازی</p>
<p>W21 نبود نظام و ساختار برای هاب صادراتی اسباب‌بازی</p>	<p>W9 نبود استانداردهای کاربردی و محتوایی (به صورت خاص نظام رده‌بندی سنی بومی)</p>
<p>W22 عدم توجه و برنامه‌ریزی دیپلماسی برای استفاده از ظرفیت محصولات اسباب‌بازی برای دیپلماسی فرهنگی با کشورهای مجاور و همسایه و کمک به ارتقا فرهنگی بازارهای مرزی و جلوگیری از ورود اسباب‌بازی‌های قاچاق به کشور</p>	<p>W10 نبود شبکه آزمایشگاهی کنترل کیفیت اسباب‌بازی برای ارزیابی کیفیت اسباب‌بازی‌های تولید داخل</p>
<p>به کشور</p>	<p>W11 نبود ساختار اتحادیه فعالان اسباب‌بازی به عنوان نهاد صنفی که بتواند زنجیره تولید تا بازار اسباب‌بازی را راهبری نماید.</p>

جدول (۲-۲). زمینه‌های تهدیدات و فرصت‌های توسعه صنعت اسباب‌بازی ایران
مبتنی بر نظرات خبرگان و متخصصان

زمینه‌های تهدیدات	
T1 دسترسی واحدهای تولیدی به وام و تسهیلات بانکی	T5 عدم آشنایی مربیان و معلمان به استفاده از بازی و اسباب‌بازی در فرآیندهای آموزشی و پرورشی
T2 عدم رعایت حق کپی راییت اسباب‌بازی‌های داخلی	T6 شناخته شدن اسباب‌بازی به عنوان وسیله‌ای برای سرگرم کردن کودکان در خانواده‌ها
T3 مناسب نبودن شاخص‌های تاثیرگذار در فضای کسب و کار، همانند طولانی بودن صدور مجوزهای تولیدی، نبود معافیت‌های مالیاتی (به دلیل احتساب نشدن اسباب‌بازی به عنوان کالا فرهنگی)، عدم تخصیص نرخ ارز ترجیحی و...	T7 تسری مد و شکل انتخاب خانواده‌های مرفه در انتخاب اسباب‌بازی‌های لوکس و خارجی به اقشار دیگر جامعه
T4 تاثیرپذیری تولیدات داخلی از افزایش نرخ ارز و در نتیجه افزایش قیمت تولید	T8 جایگزینی بازی‌های ویدئویی با اسباب‌بازی
زمینه‌های فرصت‌ها	
O1 ظرفیت مجموعه‌های آموزشی و پرورشی کشور (شامل مهدها، کانون‌های فرهنگی-تربیت، کانون‌های فرهنگی مساجد و مدارس)	O4 تشابهات فرهنگی با کشورهای همسایه و جغرافیای فرهنگی مشابه
O2 ظرفیت شبکه تلویزیونی ویژه کودکان و نوجوانان	O5 افزایش نرخ ارز و کاهش رقابت‌پذیری قیمت محصولات خارجی در بازار داخلی اسباب‌بازی
O3 ظرفیت طرح اتاق‌های بازی-یادگیری برای مقاطع پیش دبستانی و دبستان در ساختار آموزش و پرورش	

۱ عوامل اهرمی موثر بر توسعه صنعت اسباب‌بازی ایران

با توجه به پیچیدگی عوامل موثر بر توسعه کسب و کارهای صنعت اسباب‌بازی که مرتبط با حوزه‌های مختلفی می‌باشد، به منظور برنامه‌ریزی راهبردی برای توسعه صنعت اسباب‌بازی، لازم است تا عوامل کلیدی یا اهرمی موثر بر توسعه کسب و کار صنعت، شناسایی و با توجه به تحلیل محیط صنعت با تمرکز بر این عوامل اهرمی، راهبردهای توسعه کسب و کار تدوین گردد. بر همین اساس، بر مبنای نتایج بدست آمده از تحلیل محتوای جداول (۲)، عوامل کلیدی موثر بر توسعه صنعت اسباب‌بازی به صورت جدول (۳) شناسایی گردید:

جدول ۳. تاثیرگذارترین عوامل موثر بر رونق فضای کسب و کار صنعت اسباب‌بازی

ردیف	نام عامل
۱	نظام جمع‌آوری و گردش اطلاعات و داده‌های صنعت و بازار اسباب‌بازی
۲	جذابیت و گیرایی محصولات اسباب‌بازی
۳	تناسب محصولات اسباب‌بازی با شاکله و هویت فرهنگی
۴	سطح باور حاکمیت نسبت به شناختن اسباب‌بازی به عنوان کالای فرهنگی و اثرگذار
۵	آگاهی مخاطبان نسبت به اثربخشی استفاده از اسباب‌بازی
۶	کاربردی کردن بازی و اسباب‌بازی
۷	نظام استاندارد و کنترل کیفیت (کاربری، کاربردی، محتوایی و ایمنی)
۸	توان تولیدی رقابتی و پیشرو
۹	نقدینگی و تامین مالی تولید
۱۰	هوشمندی توزیع اسباب‌بازی
۱۱	تجارت بین‌المللی اسباب‌بازی (مدیریت واردات، کنترل قاچاق و دیپلماسی اسباب‌بازی در کشورهای همسایه)
۱۲	شرایط محیط کسب و کار اسباب‌بازی

پیشنهاد های سیاستی

پیشنهادهای سیاستی

۱ بیانیه چشم‌انداز توسعه صنعت اسباب‌بازی ایران

مبتهی بر بررسی اسناد بالادستی، تحلیل‌های زنجیره ارزش و نگاشت نهادی صنعت اسباب‌بازی و تحلیل محیط صنعت، بیانیه چشم‌انداز با تاکید بر توسعه صنعت اسباب‌بازی در افق ۱۴۰۴ به صورت زیر تدوین گردید:

صنعت اسباب‌بازی کشور، با قابلیت تولید محصولاتی برگرفته از فرهنگ اسلامی- ایرانی، برخوردار از مشارکت مردمی، پیشتاز در بازار منطقه و قطب جهان اسلام شناخته شده و به سهم ۴۰ درصدی از تولید داخل دست پیدا خواهد کرد.

مبتهی بر بیانیه مذکور، عبارت‌های مندرج در بیانیه چشم‌انداز مطابق با جدول (۴)، با عوامل اهرمی شناسایی شده، مرتبط می‌شود:

جدول (۴). تطبیق عبارات موجود در بیانیه چشم‌انداز با عوامل اهرمی

عوامل اهرمی	عبارت‌های بیانیه	ردیف
<ul style="list-style-type: none"> - جذابیت و گیرایی محصولات اسباب‌بازی - تناسب محصولات اسباب‌بازی با شاکله و هویت فرهنگی - کاربردی کردن بازی و اسباب‌بازی - سطح باور حاکمیت نسبت به شناختن اسباب‌بازی به عنوان کالای فرهنگی و اثرگذار 	«برگفته از فرهنگ اسلامی- ایرانی»	۱
<ul style="list-style-type: none"> - آگاهی مخاطبان نسبت به اثربخشی استفاده از اسباب‌بازی - نقدینگی و تامین مالی تولید 	"برخوردار از مشارکت مردمی"	۲
<ul style="list-style-type: none"> - هوشمندی توزیع اسباب‌بازی - تجارت بین‌المللی اسباب‌بازی (مدیریت واردات، کنترل قاچاق و دیپلماسی اسباب‌بازی در کشورهای همسایه) 	"پیش‌تاز در بازار منطقه و جهان اسلام"	۳
<ul style="list-style-type: none"> - نظام جمع‌آوری و گردش اطلاعات و داده‌های صنعت و بازار اسباب‌بازی - توان تولیدی رقابتی و پیشرو - نظام استاندارد و کنترل کیفیت (کاربری، کاربردی، محتوایی و ایمنی) - شرایط محیط کسب و کار اسباب‌بازی 	" سهم چهل درصدی از تولید داخل"	۴

۱ اقدامات راهبردی توسعه صنعت اسباب‌بازی ایران

در همین راستا به منظور تحقق بیانیه چشم‌انداز توسعه صنعت اسباب‌بازی در افق ۱۴۰۴، اقدامات راهبردی توسعه کسب و کارهای صنعت اسباب‌بازی تدوین شده که عبارتند از:

جدول (۵). اقدامات راهبردی توسعه صنعت اسباب‌بازی ایران
جهت تحقق بیانیه چشم‌انداز توسعه صنعت در افق ۴۰۴۱

اقدامات راهبردی توسعه کسب و کارهای صنعت اسباب‌بازی ایران	
عوامل اهرمی	عناوین اقدامات راهبردی
- نظام جمع‌آوری و گردش اطلاعات و داده‌های صنعت و بازار اسباب‌بازی	۱. ایجاد بانک اطلاعاتی صنعت اسباب‌بازی با حمایت از انجمن تولیدکنندگان اسباب‌بازی
	۲. حمایت از ایجاد خوشه صنعتی اسباب‌بازی با برنامه‌ریزی پیوندهای روبه عقب و رو به جلو در لوازم جانبی و صنایع همبسته (مانند صنایع شیمیایی، چوب...،) به منظور بهره‌گیری از صرفه‌های خارجی و صرفه‌جویی در منابع به همراه افزایش آن‌ها
- جذابیت و گیرایی محصولات اسباب‌بازی	۳. حمایت (مالی-اعتباری) از ایجاد فب‌لب‌های اسباب‌بازی با هدف افزایش تنوع تولید و پیش‌بازاریابی محصولات جدید اسباب‌بازی
	۴. ایجاد واحد پژوهشی متمرکز به منظور ایده‌پردازی و طراحی بازی و اسباب‌بازی متناسب با مقتضیات فرهنگی و بومی ورده‌بندی سنی
	۵. حمایت از ایجاد رشته و گرایش‌های مرتبط با طراحی و تولید اسباب‌بازی به عنوان موضوعات میان‌رشته‌ای در دانشگاه‌های با زمینه مناسب طراحی و بهره‌مندی از ظرفیت‌های آموزشی بین‌المللی
	۶. حمایت از ایجاد آکادمی‌های متصل به تولید با مشارکت تولیدکنندگان اسباب‌بازی برای تقویت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای
	۷. حمایت از تشکیل انجمن‌های علمی و مردم‌نهاد در حوزه‌های طراحان عروسک و اسباب‌بازی، مروجان بازی و اسباب‌بازی و موارد مشابه.
- تناسب محصولات اسباب‌بازی با شاکله و هویت فرهنگی	۸. بسترسازی برای ظهور نشان‌های اعتماد مصرف اسباب‌بازی با محوریت سازمان‌های مردمی برای رصد مداوم اسباب‌بازی‌های وارداتی و تایید انطباق آنها با ارزش‌های اجتماعی
	۹. حمایت (مالی- اعتباربخشی) در برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات مردمی جهت پایش فضای مجازی برای بازخوردگیری از نظرات مخاطبان جامعه متناسب با ظرفیت سازمان‌ها نشان اعتماد
	۱۰. ایجاد شبکه نظارت مردمی بر فروش محصولات اسباب‌بازی جهت شناسایی کالاهای غیراستاندارد و قاچاق با ظرفیت سازمان‌های نشان اعتماد
	۱۱. حمایت (مالی- اعتباری) از توسعه صنایع جانبی و مکمل بازی و اسباب‌بازی در حوزه‌های دیگر فرهنگی

عوامل اهرمی	عناوین اقدامات راهبردی
<p>سطح باور حاکمیت نسبت به شناختن اسباب بازی به عنوان کالای فرهنگی و اثرگذار</p>	<p>۱۲. بازنگری در ماموریت‌های شورای نظارت بر بازی و اسباب‌بازی و ارتقا جایگاه شورا در سطح مدیریتی کشور</p>
	<p>۱۳. تغییر در ماموریت‌های کانون پرورش فکری، کانون‌های فرهنگی-تربیتی، کانون‌های فرهنگی مساجد، باغ کتاب تهران و موارد مشابه برای ایجاد محیط تست بازی و اسباب بازی با حضور توامان خانواده‌ها و کودکان و نوجوانان</p>
	<p>۱۴. تعریف و یا به‌روزرسانی قوانین و ضوابط خرید یا تامین اسباب‌بازی و محصولات کودک برای مدارس، مهدکودک‌ها و مجتمع‌های آموزشی و پرورشی وابسته به نهادهای دولتی، حاکمیتی و غیرانتفاعی مطابق با نظام رده‌بندی سنی بومی</p>
	<p>۱۵. حمایت از شناخته شدن محصول اسباب‌بازی به عنوان کالای فرهنگی و تولید داخلی برای کاهش تعرفه‌های تبلیغاتی در صدا و سیما</p>
	<p>۱۶. حمایت (مالی-اعتباری) از پیاده‌سازی الگوهای بازی‌محور در آموزش و پرورش با مشارکت کودکان و نوجوانان و مربیان و معلمان</p>
	<p>۱۷. حمایت (اعتباری) از ایجاد درگاه مشترک مابین انجمن تولیدکنندگان اسباب‌بازی و وزارت آموزش و پرورش جهت معرفی محصولات بازی و اسباب‌بازی و تسهیل در ارزیابی آن‌ها برای حضور در محیط‌های آموزشی</p>
	<p>۱۸. رایزنی با وزارت کار، رفاه و تامین اجتماعی و وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ایجاد اتحادیه فعالان اسباب‌بازی</p>
<p>آگاهی مخاطبان نسبت به اثربخشی استفاده از اسباب‌بازی</p>	<p>۱۹. تدوین برنامه رسانه‌های برای دانش‌افزایی مخاطبان نسبت به کارکرد و اثربخشی استفاده از اسباب‌بازی در مراحل رشد کودکان و نوجوانان</p>
	<p>۲۰. حمایت (مالی-اعتباری) از توسعه ساز و کارهای رسانه‌های مبتنی بر ظرفیت شبکه‌های اجتماعی برای دانش‌افزایی خانواده‌ها و مربیان و استفاده از توان سازمان‌های نشان اعتماد</p>
	<p>۲۱. حمایت (اعتباری) از برگزاری دوره‌های بازی و انتخاب اسباب‌بازی برای مربیان و معلمان پرورشی مهدهای کودک و مجتمع آموزشی ابتدایی</p>
	<p>۲۲. حمایت از تهیه برنامه‌های تلویزیونی جهت ترویج اثربخشی اسباب‌بازی با مشارکت تولیدکنندگان اسباب‌بازی</p>
<p>کاربردی کردن بازی و اسباب‌بازی</p>	<p>۲۳. حمایت (اعتباری) از برگزاری دوره‌های بازی محور به منظور ارتقا مهارت‌های کودکان و نوجوانان (آموزش‌های غیررسمی)</p>
	<p>۲۴. رایزنی با وزارت آموزش و پرورش برای فعال‌سازی ظرفیت اتاق‌های بازی-یادگیری در مهدها و مجموعه‌های آموزشی ابتدایی</p>
	<p>۲۵. حمایت از توسعه و تجاری‌سازی اسباب‌بازی‌های دوساحتی به عنوان راه‌حل موثر جلوگیری از جایگزینی بازی‌های ویدئویی با اسباب‌بازی</p>

عوامل اهرمی	عناوین اقدامات راهبردی
- نظام استاندارد و کنترل کیفیت	۲۶. حمایت (مالی-قانونی- اعتباربخشی) از ایجاد شبکه آزمایشگاه‌ها و تست محصولات اسباب‌بازی جهت کنترل کیفیت
	۲۷. افزایش چندبرابری مالیات بر ارزش افزوده نسبت به فروش محصولات اسباب‌بازی غیراستاندارد و قاچاق مبتنی بر گزارش‌های مردمی
- توان تولیدی رقابتی و پیشرو	۲۸. تسهیل در شناخته شدن مجموعه‌های تولیدی کوچک اسباب‌بازی به عنوان بنگاه‌های کوچک و زودبازده جهت بهره‌مندی از شمول قوانین بنگاه‌های کوچک و زودبازده
	۲۹. حمایت (مالی- اعتباری) برای ایجاد شبکه کارگاهی به منظور بهره‌گیری از ظرفیت‌های تولیدی بلااستفاده و ارتقا توان تولیدی کشور
	۳۰. حمایت از ایجاد شتاب‌دهنده‌ها، مراکز نوآوری و کارخانه‌های نوآوری جهت راهبری نظام نوآوری در صنعت اسباب‌بازی از طریق حمایت از مشارکت تولیدکنندگان اسباب‌بازی، مراکز علمی معتبر و ظرفیت‌های حمایتی موجود در صندوق نوآوری و شکوفایی و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری
	۳۱. حمایت (مالی-قانونی) از ایجاد بروکری‌های فناوری در ایجاد همکاری‌های مشترک مابین واردات‌کنندگان اسباب‌بازی و تولیدکنندگان اسباب‌بازی و نظارت جمعی انجمن تولیدکنندگان اسباب‌بازی و انجمن واردکنندگان اسباب‌بازی
	۳۲. ارزیابی و رتبه‌بندی تولیدکنندگان اسباب‌بازی بر اساس معیارهای بومی در محصول نهایی
- نقدینگی و تامین مالی تولید	۳۳. تخصیص وام‌های اشتغال‌زایی و کارآفرینی به این بخش
	۳۴. تسهیل دسترسی فعالان صنعت اسباب‌بازی به منابع بانکی از سوی دولت از طریق تصویب تعلق درصد مشخصی از منابع بانکی به صنعت
	۳۵. ایجاد صندوق تسهیلات فعالان بخش خصوصی که با ورود به فرابورس منابع خود را تامین می‌سازد
	۳۶. حمایت از راه‌اندازی صندوق فناوری و پژوهش سرگرمی برای حمایت و تسهیل در تجاری‌سازی طرح‌های فناورانه و نوآورانه
	۳۷. حمایت مالی از راه‌اندازی اولین صندوق مالی بورسی در حوزه سرگرمی جهت تامین مالی از بازار سرمایه
- هوشمندی توزیع اسباب‌بازی	۳۸. حمایت (مالی- قانونی) از راه‌اندازی نظام توزیع اسباب‌بازی با مشارکت تعاونی تولیدکنندگان اسباب‌بازی
	۳۹. نظام توزیع هوشمند مبتنی بر تطبیق با ظرفیت‌های تولید و دسترسی مستقیم به اجتماعات کودکان و نوجوانان، توجه به زنجیره‌های فروشگاهی مرتبط با کودک در کشور (همانند فروشگاه‌های کانون) و توجه به ظرفیت‌های تولیدی تولیدکنندگان
	۴۰. رایزنی با موسسات مالی و بانک‌های قرض‌الحسنه جهت تعریف کارت‌های اعتباری خرید محصولات تأیید شده شامل لوازم‌التحریر، بازی، اسباب‌بازی و محصولات کودک و نوجوان در فروشگاه‌های زنجیره‌ای

عوامل اهرمی	عناوین اقدامات راهبردی
- تجارت بین‌المللی اسباب‌بازی	۴۱. لزوم تشکیل هاب صادراتی اسباب‌بازی و استفاده از ظرفیت هفته‌های دوستی فرهنگی با کشورهای همسایه و جغرافیای فرهنگی مشابه
	۴۲. ساماندهی نمایشگاه‌های دائمی در شهرهای مرزی و حمایت از حضور موثر اسباب‌بازی و عروسک‌های محلی به جای اسباب‌بازی‌ها و عروسک‌های چینی
- شرایط محیط کسب و کار اسباب‌بازی	۴۳. تغییر رویه ثبت و صیانت از مالکیت معنوی اسباب‌بازی در کشور و لزوم ثبت محصولات اسباب‌بازی خارجی در کشور
	۴۴. تغییر در قوانین مالیاتی جهت اعمال مالیات چندبرابری در زمینه فروش محصولات اسباب‌بازی خارجی و یا استفاده از شخصیت‌های خارجی
	۴۵. احصا موانع تولید و اقدام به رفع آنها از طریق توسعه دادن ظرفیت قانون رفع موانع تولید با حمایت از حضور انجمن تولیدکنندگان اسباب‌بازی ایران در کارگروه رفع موانع تولید
	۴۶. حمایت از ایجاد درگاه مشترکی مابین انجمن تولیدکنندگان اسباب‌بازی ایران و وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ثبت تقاضاهای ارزی و اختصاص ارزهای ترجیحی و یا تعرفه‌های گمرکی یا معافیت‌های گمرکی ترجیحی برای واردات مواد اولیه تولید اسباب‌بازی‌های داخلی

اقدامات راهبردی اولویت‌دار

اقدامات راهبردی اولویت دار

با توجه به وضعیت موجود در بازار و صنعت اسباب بازی ایران و آمادگی‌های لازم برای رونق و رشد پرشتاب صنعت، اقدامات راهبردی اولویت دار در سه بخش زیر تبیین می‌گردد:

۱ اقدامات راهبردی نقش آفرینی در صنعت اسباب بازی

با توجه به اینکه اسباب بازی به عنوان کالای فرهنگی است که ریشه‌های عمیقی در هویت فرهنگی ایرانی-اسلامی دارد، از اینرو در صورت اتخاذ سیاست‌های مناسب، زمینه مناسبی برای ارتقا جایگاه صنعت اسباب بازی در بین سایر صنایع فرهنگی وجود دارد به گونه‌ای که صنعت اسباب بازی به عنوان موتور محرک و کشنده سایر صنایع فرهنگی شناخته شود. برای تحقق این موضوع، لازم است تا نقش آفرینی موثری در حکمرانی صنعت اسباب بازی کشور بوجود آید. در حال حاضر، ساختار حکمرانی صنعت اسباب بازی، از موقعیت مناسب و موثری برخوردار نیست و لازم است تا اقدامات مقتضی جهت ارتقا جایگاه حکمرانی صنعت صورت گرفته تا امکان هم‌افزایی و همگرایی در بین ظرفیت‌های سایر نهادها جهت توسعه صنعت فراهم گردد. براین اساس، اقدامات راهبردی نقش آفرینی در صنعت اسباب بازی عبارتند از:

- بازنگری در ماموریت‌های شورای نظارت بر بازی و اسباب بازی و ارتقا جایگاه شورا در سطح مدیریتی کشور؛
- نظام توزیع هوشمند مبتنی بر تطبیق با ظرفیت های تولید و دسترسی مستقیم به اجتماعات کودکان و نوجوانان، توجه به زنجیره های فروشگاهی مرتبط با کودک در

- کشور (همانند فروشگاه های کانون) و توجه به ظرفیت های تولیدی تولیدکنندگان؛
- لزوم تشکیل هاب صادراتی اسباب بازی و استفاده از ظرفیت هفته های دوستی فرهنگی با کشورهای همسایه و جغرافیای فرهنگی مشابه؛
- احصا موانع تولید و اقدام به رفع آنها از طریق توسعه دادن ظرفیت قانون رفع موانع تولید با حمایت از حضور انجمن تولیدکنندگان اسباب بازی ایران در کارگروه رفع موانع تولید؛
- ایجاد شبکه نظارت مردمی بر فروش محصولات اسباب بازی جهت شناسایی کالاهای غیراستاندارد و قاچاق با ظرفیت سازمان های نشان اعتماد؛
- حمایت (مالی-قانونی) از ایجاد بروکری های فناوری در ایجاد همکاری های مشترک مابین واردات کنندگان اسباب بازی و تولیدکنندگان اسباب بازی و نظارت جمعی انجمن تولیدکنندگان اسباب بازی و انجمن واردکنندگان اسباب بازی؛
- تعریف و یا به روزرسانی قوانین و ضوابط خرید یا تامین اسباب بازی و محصولات کودک برای مدارس، مهدکودک ها و مجتمع های آموزشی و پرورشی وابسته به نهادهای دولتی، حاکمیتی و غیرانتفاعی مطابق با نظام رده بندی سنی بومی؛
- حمایت (اعتباری) از ایجاد درگاه مشترک مابین انجمن تولیدکنندگان اسباب بازی و وزارت آموزش و پرورش جهت معرفی محصولات بازی و اسباب بازی و تسهیل در ارزیابی آنها برای حضور در محیط های آموزشی؛
- رایزنی با وزارت آموزش و پرورش برای فعال سازی ظرفیت اتاق های بازی-یادگیری در مهدها و مجموعه های آموزشی ابتدایی؛
- تغییر در ماموریت های کانون پرورش فکری، کانون های فرهنگی-تربیتی، کانون های فرهنگی مساجد، باغ کتاب تهران و موارد مشابه برای ایجاد محیط تست بازی و اسباب بازی با حضور توامان خانواده ها و کودکان و نوجوانان؛
- افزایش چندبرابری مالیات بر ارزش افزوده نسبت به فروش محصولات اسباب بازی غیراستاندارد و قاچاق مبتنی بر گزارش های مردمی؛
- ایجاد بانک اطلاعاتی صنعت اسباب بازی با حمایت از انجمن تولیدکنندگان

اسباب‌بازی با تاکید بر برنامه‌ریزی پیوندهای روبه عقب و رو به جلو در لوازم جانی و صنایع همبسته و صنایع مکمل فرهنگی؛

- حمایت از ایجاد درگاه مشترکی مابین انجمن تولیدکنندگان اسباب‌بازی ایران و وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ثبت تقاضاهای ارزی و اختصاص ارزهای ترجیحی و یا تعرفه‌های گمرکی یا معافیت‌های گمرکی ترجیحی برای واردات مواد اولیه تولید اسباب‌بازی‌های داخلی.

مهمترین نگرش در این بخش، ارتقا سطح حکمرانی صنعت اسباب‌بازی و جلب توجه کردن حاکمیت نسبت به اهمیت و تاثیرگذاری اسباب‌بازی در توسعه سبک زندگی و رفتارهای فرهنگی کودکان و نوجوانان است که با ارتقا جایگاه شورای نظارت در موقعیتی مشابه یکی از کمیسیون‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی، زمینه مناسبی را برای جلب توجه حاکمیت به تاثیرگذاری فرهنگی اسباب‌بازی ایجاد می‌نماید. در قدم دوم، موضوع ساماندهی نظام توزیع و هوشمندسازی آن، مهمترین اقدامی است که در افزایش خرید و مصرف اسباب‌بازی و در نهایت افزایش سرانه مصرف اسباب‌بازی، تاثیر مستقیم دارد.

۱ اقدامات راهبردی جهت‌دهی به صنعت و بازار اسباب‌بازی

در گام دوم، مبتنی بر ظرفیت‌های موجود در نهادهای فرهنگی حاکمیتی، دولتی و غیرانتفاعی، نیاز است به گونه‌ای برنامه‌ریزی شود که زیرساخت‌های تولیدی و زیرساخت‌های ترویجی، جهت‌دهی لازم را به تولیدکنندگان اسباب‌بازی و ساماندهی بازار اسباب‌بازی به انجام رساند. بر این اساس، اقدامات راهبردی جهت‌دهی عبارتند از:

- حمایت از شناخته شدن محصول اسباب‌بازی به عنوان کالای فرهنگی و تولید داخلی برای کاهش تعرفه‌های تبلیغاتی در صدا و سیما؛
- حمایت از تهیه برنامه‌های تلویزیونی جهت ترویج اثربخشی اسباب‌بازی با مشارکت تولیدکنندگان اسباب‌بازی؛
- بسترسازی برای ظهور نشان‌های اعتماد مصرف اسباب‌بازی با محوریت سازمان‌های

مردمی برای رصد مداوم اسباب بازی‌های وارداتی و تایید انطباق آنها با ارزش‌های اجتماعی؛

- حمایت (مالی - قانونی) از راه‌اندازی نظام توزیع اسباب‌بازی با مشارکت تعاونی تولیدکنندگان اسباب‌بازی؛
- حمایت از ایجاد آکادمی‌های متصل به تولید با مشارکت تولیدکنندگان اسباب‌بازی برای تقویت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای؛
- رایزنی با وزارت کار، رفاه و تامین اجتماعی و وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ایجاد اتحادیه فعالان اسباب‌بازی؛
- ساماندهی نمایشگاه‌های دائمی در شهرهای مرزی و حمایت از حضور موثر اسباب‌بازی و عروسک‌های محلی به جای اسباب‌بازی‌ها و عروسک‌های چینی؛
- حمایت (مالی - اعتباری) برای ایجاد شبکه کارگاهی به منظور بهره‌گیری از ظرفیت‌های تولیدی بلااستفاده و ارتقا توان تولیدی کشور؛
- حمایت (مالی - قانونی - اعتباربخشی) از ایجاد شبکه آزمایشگاه‌ها و تست محصولات اسباب‌بازی جهت کنترل کیفیت در حوزه‌های کاربری، کاربردی، محتوایی و ایمنی؛
- حمایت از ایجاد شتابدهنده‌ها، مراکز نوآوری و کارخانه‌های نوآوری جهت راهبری نظام نوآوری در صنعت اسباب‌بازی از طریق حمایت از مشارکت تولیدکنندگان اسباب‌بازی، مراکز علمی معتبر و ظرفیت‌های حمایتی موجود در صندوق نوآوری و شکوفایی و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری؛
- تغییر رویه ثبت و صیانت از مالکیت معنوی اسباب‌بازی در کشور و لزوم ثبت محصولات اسباب‌بازی خارجی در کشور؛
- تسهیل در شناخته شدن مجموعه‌های تولیدی کوچک اسباب‌بازی به عنوان بنگاه‌های کوچک و زودبازده جهت بهره‌مندی از شمول قوانین بنگاه‌های کوچک و زودبازده؛
- تخصیص وام‌های اشتغال‌زایی و کارآفرینی به این بخش؛
- حمایت از راه‌اندازی صندوق فناوری و پژوهش سرگرمی برای حمایت و تسهیل در تجاری‌سازی طرح‌های فناورانه و نوآورانه؛

- حمایت از توسعه و تجاری‌سازی اسباب‌بازی‌های دوساحتی به عنوان راه‌حل موثر برای جلوگیری از جایگزینی بازی‌های ویدئویی با اسباب‌بازی؛
- حمایت (مالی- اعتباری) از توسعه صنایع جانبی و مکمل بازی و اسباب‌بازی در حوزه‌های دیگر فرهنگی؛
- حمایت (اعتباری) از برگزاری دوره‌های بازی و انتخاب اسباب‌بازی برای مربیان و معلمان پرورشی مهدهای کودک و مجتمع آموزشی ابتدایی؛
- حمایت (مالی- اعتباری) از توسعه سازوکارهای رسانه‌ای مبتنی بر ظرفیت شبکه‌های اجتماعی برای دانش‌افزایی خانواده‌ها و مربیان و استفاده از توان سازمان‌های نشان اعتماد؛

مهمترین نگرش در این بخش، کمک به جهت‌دهی در تولیدات اسباب‌بازی و هدایت‌گری ذائقه مخاطبان به سمت مصرف اسباب‌بازی و بسته‌ای از کالاهای فرهنگی مرتبط با اسباب‌بازی است. پایبند کردن تولیدکنندگان اسباب‌بازی به تولید اسباب‌بازی‌های منطبق با فرهنگ ایرانی اسلامی و هدایت کردن ذائقه مخاطبان مبتنی بر نیازهای آنها در استفاده از محصولات اسباب‌بازی و بسته‌های فرهنگی بازاری‌پردازی شده آن، مهمترین نتایج از اجرای سیاست‌های این بخش است.

۱ اقدامات راهبردی پایدارسازی در صنعت و بازار اسباب‌بازی

در گام سوم، مبتنی بر ظرفیت‌های نهادهای فرهنگی کشور، می‌توان انتظار داشت که شرایط لازم برای پایدارسازی اقتصاد اسباب‌بازی‌های داخلی و ارتقا محتوای فرهنگی آن بوجود آید. بنابراین، عملاً ظرفیت عظیم نهادهای فرهنگی، خود به مثابه یک سیستم بزرگ و فراگیری عمل خواهد کرد که علاوه بر راهبری تولیدکنندگان، هدایت ذائقه مخاطبان را هم می‌تواند به انجام رساند و مبتنی بر نیازهای ذائقه‌ای به‌روز، اسباب‌بازی‌های به‌روز در اختیار مخاطبان قرار گیرد. براین اساس، اقدامات راهبردی پایدارسازی عبارتند از:

- ایجاد واحد پژوهشی متمرکز به منظور ایده‌پردازی و طراحی بازی و اسباب‌بازی

- متناسب با مقتضیات فرهنگی و بومی ورده‌بندی سنی؛
- ارزیابی و رتبه‌بندی تولیدکنندگان اسباب‌بازی بر اساس معیارهای بومی در محصول نهایی؛
 - حمایت (مالی - اعتباربخشی) در برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات مردمی جهت پایش فضای مجازی برای بازخوردگیری از نظرات مخاطبان جامعه متناسب با ظرفیت سازمان‌ها نشان اعتماد؛
 - حمایت از تشکیل انجمن‌های علمی و مردم‌نهاد در حوزه‌های طراحان عروسک و اسباب‌بازی، مروجان بازی و اسباب‌بازی و موارد مشابه؛
 - رایزنی با موسسات مالی و بانک‌های قرض‌الحسنه جهت تعریف کارت‌های اعتباری خرید محصولات تأیید شده شامل لوازم‌التحریر، بازی، اسباب‌بازی و محصولات کودک و نوجوان در فروشگاه‌های زنجیره‌ای؛
 - حمایت (مالی-اعتباری) از پیاده‌سازی الگوهای بازی‌محور در آموزش و پرورش با مشارکت کودکان و نوجوانان و مربیان و معلمان؛
 - حمایت از ایجاد رشته و گرایش‌های مرتبط با طراحی و تولید اسباب‌بازی به عنوان موضوعات میان‌رشته‌ای در دانشگاه‌های با زمینه مناسب طراحی و بهره‌مندی از ظرفیت‌های آموزشی بین‌المللی؛
 - ایجاد صندوق تسهیلات فعالان بخش خصوصی که با ورود به فرابورس منابع خود را تامین می‌سازد؛
 - حمایت مالی از راه‌اندازی اولین صندوق مالی بورسی در حوزه سرگرمی جهت تامین مالی از بازار سرمایه.

مهمترین نگرش در این بخش آن است که مبتنی بر ظرفیت‌های سازمان تبلیغات اسلامی، عرصه رشد و بالندگی صنعت اسباب‌بازی فراهم شده و مکانیزم روزآمدی برای رفع نیازهای ذائقه‌های مخاطبان ایرانی مبتنی بر قوام فرهنگ ایرانی-اسلامی فراهم گردد.

مراجع و منابع

مراجع و منابع

- [۱]. نشست تخصصی «برندینگ و بازاریابی جهانی و منطقه‌ای در صنعت اسباب‌بازی» در حاشیه ۶امین جشنواره ملی اسباب‌بازی، ۱۳۹۹.
- [۲]. رویا احمدیان، مهتاب شرفیه، آرمان صفایی، فائزه علی‌نقی‌زاده و اسماعیل محمدیان بیشه، «صنعت اسباب‌بازی ایران؛ فرصت‌ها، چالش‌ها، مطالعه و بررسی فرصت‌ها و آسیب‌های حوزه کارآفرینی در صنعت اسباب‌بازی»، مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف، ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نشر نوبان، ۱۳۹۵.
- [۲]. ----, Definitions Document, "Toy Industry Product Categories", Toy Industry Association, Inc., 2013.
- [۳]. ---, کتاب فناوری‌های صنعت اسباب‌بازی ایران سال ۱۳۹۷ (نسخه دوم)، دبیرخانه شورای نظارت بر اسباب‌بازی، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ۱۳۹۸.
- [۴]. B. Kudrowitz, DESIGNING FOR EMERGING TECHNOLOGIES; Emerging Technology and Toy Design, The Toy Product Design Courses, 2016.
- [۵]. Toy Industry Association; NPD Group:
(<https://www.toyassociation.org/ta/research/data/global/toys/research->

and-data/data/global-sales-data.aspx)

[6]. ----, "Toys Market Size, Share 2020: Emerging Technologies, Sales Revenue, Key Players Analysis, Development Status, Opportunity Assessment and Industry Expansion Strategies 2024", MarketWatch, 2021:

(<https://www.marketwatch.com/press-release/toys-market-size-share-2020-emerging-technologies-sales-revenue-key-players-analysis-development-status-opportunity-assessment-and-industry-expansion-strategies-202419-03-2021-?siteid=bigcharts&dist=bigcharts&tesla=y>)

[۷]. UN Comtrade

[۸]. آخرین آمار مربوط تولیدات به برندهای Lego و Bandai. Hasbro

[۹]. <https://www.statista.com/statistics/750787/global-toy-market-average-spend/>

[۱۰]. سازمان گمرک ایران

[۱۱]. <https://www.eghtesadonline.com/n/2MbW>

[۱۲]. سجاد خانی، محمد مهدی ایزدخواه، محمد اسدی، کودک ایرانی و اسباب‌بازی، شورا نظارت بر طراحی، ساخت، واردات و توزیع اسباب‌بازی، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، ۱۳۹۸.

[۱۳]. R. Kaplinsky and M. Morris, A handbook for value chain research, vol. 113. IDR

[۱۴]. ----, Study on the competitiveness of the toy industry, Final Report, DG Enterprise and Industry, ECSIP Consortium, Rotterdam, 2013.

[۱۵]. L. Corona, A. V. Strander, and M. Vital, The Toy Industry; Supply chain Design, Wilkes University, 2010.

[۱۶]. J. Horovitz and E. V. Weering, Product Development in the Toy Industry

Porter Value Chain Analysis & Solution, 1991.

[۱۷]. EC (2003): "Future directions of innovation policy in Europe", Innovation papers European Commission, Directorate-General for Enterprise, No. 31, Luxembourg.