

## ایران یار «فرهنگ بنیان»

امتیاز	توضیحات	معیارها	ردیف
	<p>انطباق با شاخص شماره ۱:</p> <p>۱. راهبرد کلان پنجم نقشه مهندسی فرهنگی: طراحی و نهادینه سازی سبک زندگی اسلامی-ایرانی</p> <p>۲. مصوبه جلسه ۴۷۴ مورخ ۱۳۷۹/۱۱/۱۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی در خصوص ساماندهی علائم و نشانه‌ها</p> <p>۳. ماده ۱۰۲ برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور در خصوص موضوع سبک زندگی: بند پ به مقابله فعال و هوشمند با جنگ نرم در عرصه خانواده و منع نشر برنامه‌های مخمل ارزش‌ها و برنامه‌سازی، آموزش، پژوهش و تبلیغ توسط کلیه دستگاه‌های ذی‌ربط در جهت تحکیم خانواده</p> <p>۴. سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی: راهبرد ملی سوم: حمایت از کارآفرینی، تجاری‌سازی و صادرات محصولات فرهنگی بومی و فناوری‌های با محوریت بخش غیردولتی و فعالیت‌های مرتبط با تولید، بازاریابی، عرضه، فروش، تبلیغات و بسته‌بندی در بازار ملی، منطقه‌ای و جهانی</p> <p>انطباق با شماره ۲:</p> <p>نفوذ شخصیت‌ها و عناصر فرهنگی بیگانه در ذائقه مخاطب ایرانی بر کاهش سرمایه اجتماعی خانواده‌های وفادار ایرانی مؤثر بوده است، همچنین تمام ساحت‌های زندگی مخاطبان به خصوص کودکان و نوجوانان را فراگرفته است. بنابراین یک راهبرد برای تحول در سبک زندگی کنونی، بسترسازی برای تولید و توسعه محتواهای شخصیت‌محور ایرانی اسلامی و ترویج و نفوذ آن در میان مخاطبان هست.</p> <p>انطباق با شماره ۳:</p> <p>به دلیل تمرکز طرح حاضر بر توسعه صنایع فرهنگی، با فصل هفتم، مبحث سوم سند تحول دولت سیزدهم منطبق است.</p> <p>انطباق با شماره ۵:</p> <p>به دلیل تمرکز طرح بر توسعه محصولات و خدمات فرهنگی به خصوص در حوزه کودک و نوجوان و متناسب با فضای خانواده، بنابراین تأثیر مستقیمی در زندگی و رفع نیازهای اساسی مخاطبان به خصوص در حوزه‌های آموزشی و فرهنگی دارد.</p> <p>انطباق با شماره ۷:</p> <p>به دلیل تمرکز این طرح بر توسعه صنایع و کسب‌وکارهای فرهنگی و ریل‌گذاری برای بازارپردازی محصولات</p>	<p>این طرح با شاخص‌های شماره ۱، ۲، ۳، ۵، ۷، ۸، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶ و ۱۷ منطبق است.</p>	<p>۱</p>

	<p>و خدمات فرهنگی به خصوص در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی با شاخص شماره ۷ نیز منطبق است.</p> <p>انطباق با شماره ۸:</p> <p>صنایع فرهنگی و به خصوص تولید زنجیره محصولات حول یک مجموعه داستانی مشخص، به نسبت سایر صنایع با حجم سرمایه‌گذاری کمتری ظرفیت اشتغال‌آفرینی دارند.</p> <p>برای نمونه یک استودیو انیمیشن‌سازی می‌تواند با جذب سرمایه ۲۰ میلیارد تومان یک پروژه مرچندایز ۵ساله حول یکی از انیمیشن‌های پرمخاطب خود را راهبری کند و بدین‌سان برای ۸۰ نفر شغل تمام وقت در این استودیو و شرکت‌های همکار خود در این پروژه ایجاد کند.</p> <p>انطباق با شماره ۱۲:</p> <p>مزیت اصلی طرح حاضر بسترسازی برای هم‌افزایی و هماهنگی دستگاه‌های در موضوع توسعه کسب‌وکار فرهنگ‌بنیان است. همچنین رویداد پیچینگ برای جلب مشارکت دستگاه‌های دولتی برگزار می‌کند.</p> <p>انطباق با شماره ۱۳:</p> <p>مزیت دیگر طرح حاضر بسترسازی برای همکاری و مشارکت بخش خصوصی در کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان از طریق برگزاری رویداد پیچینگ هست.</p> <p>انطباق با شماره ۱۴:</p> <p>تمرکز این طرح بر بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در حوزه صنایع فرهنگی به منظور توسعه کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان است. بدین‌سان بخش دولتی و خصوصی و تعاونی از طریق سکوهای مختلف مانند سکوی تولیدات انبوه با حوزه فناوری‌های نوین پیوند خورده و همگان را منتفع می‌کند.</p> <p>انطباق با شماره ۱۵:</p> <p>به دلیل وجود عناصر فرهنگی و ادبیات داستانی محلی ریشه‌دار در مناطق مختلف کشور، ظرفیت توسعه طرح‌های کسب و کار فرهنگ‌بنیان در سطح منازق نیمه برخوردار و روستای نیز وجود دارد. طرح‌هایی که هم سبک زندگی را متحول می‌کند و هم اشتغال‌آفرین است.</p> <p>انطباق با شماره ۱۶:</p> <p>اغلب صنایع فرهنگی با سرمایه‌گذاری به نسبت اندکی قابل تولید انبوه هستند، مانند تولید اسباب‌بازی یا نوشت‌افزار و چالش اصلی آن‌ها ترویج و توزیع و فروش است که تمرکز اصلی این طرح بر حل مشکلات این حوزه‌ها هست.</p> <p>انطباق با شماره ۱۷:</p> <p>تمرکز اصلی این طرح بر بازارپردازی محصولات و خدمات فرهنگی هست.</p>	<p>۱. تدوین برنامه ملی زیست‌بوم فرهنگ‌بنیان</p>	<p>اهداف اولیه طرح</p>	<p>۲</p>
	<p>برنامه حکمرانی توسعه فعالیت‌های فرهنگ‌بنیان از طریق راه‌اندازی و بهره‌برداری سکوها(پلتفورم‌ها)ی فرهنگی</p>			

	<p>۱۰۰٪ تدوین این برنامه انجام شده و در جلسه ۷۸۶ شورای فرهنگ عمومی در تاریخ ۱۴۰۱/۹/۲۲ تصویب شده است.</p>	<p>برآورد میزان تحقق اهداف تاکنون</p>	
	<p>هم‌آورد بازارپردازی تهران در امتداد برگزاری ۵ رویداد فرنو در حوزه‌های مختلف صنایع فرهنگی، با همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی در قالب یک رویداد دوشنبه استارت‌آپی برگزار خواهد شد. این رویداد برای نخستین بار در زمینه ارائه طرح‌های کسب‌وکار بازارپردازی فرهنگی (Cultural Merchandise) به انواع سرمایه‌گذاران و مشارکت‌کنندگان فرهنگی برگزار می‌شود.</p>	<p><b>۲. برگزاری رویداد بازارپردازی فرهنگی</b></p>	
	<p>۷۵ درصد پیشرفت داشته است.</p> <p>۱. تاکنون برای حدود ۱۵ کسب‌وکار فرهنگ‌بنیان ۴ دوره مربی‌گری در حوزه‌های ۱. طرح و مدل کسب‌وکار، ۲. برنامه برندینگ، ۳. موضوعات مالکیت فکری و ۴. ارائه پیچ‌دک (Pitch deck) برگزار گردیده است.</p> <p>۲. تاکنون حدود ۴۰ قرارداد مالکیت فکری برای تولید ۴۰ محصول براساس شخصیت‌ها و محتوای کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان و به منظور شکل‌گیری یا تکمیل زنجیره محصولات این کسب‌وکارها میان آنها و فعالان فرهنگی در صنایع مختلف منعقد گردیده است.</p> <p>۳. تاکنون از طریق برگزاری سلسله رویدادهایی زمینه‌آشنایی و به‌هم‌رسانی حدود ۱۳ دستگاه یا نهاد فعال در حوزه‌های ترویجی، توزیعی و خبررسانی با کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان فراهم گردیده است.</p> <p>۴. تاکنون از طریق برگزاری سلسله رویدادهایی زمینه‌آشنایی و جلب مشارکت حدود ۱۰ نهاد تأمین مالی برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان فراهم آمده است.</p> <p>۵. تاکنون بیش از ۱۰۰ مجموعه سرمایه‌گذار یا مشارکت‌کننده فرهنگی طی ۸ نشست با عنوان اقتصاد بازارپردازی و نیز رایزنی‌های دیگر برای حضور در رویداد بازارپردازی تهران توجیه و همراه شده‌اند.</p>	<p>برآورد میزان تحقق اهداف تاکنون</p>	
	<p>این نمایشگاه متمایز از سایر نمایشگاه‌های مرسوم بوده و در آن یک تئاتر تعاملی برای درگیر نمودن مخاطب و به منظور معرفی محصولات کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان اجرا می‌شود.</p> <p>در این نمایشگاه با ایجاد فضای اتاق‌های خواب کودک، اتاق نشیمن، اتاق کار و اتاق یادگیری و نیز فضای محله انواع محصولات تولیدی در این اتاق‌های چیدمان شده و در تئاتر تعاملی با روی دادن اتفاقاتی مخاطب خانواده را درگیر محصولات می‌کند تا بدین وسیله آنها را معرفی کند.</p>	<p><b>۳. برگزاری نمایشگاه‌های سبک‌زندگی نسل آینده ایران</b></p>	
	<p>۳۰ درصد پیشرفت داشته است.</p> <p>۱. تاکنون حدود ۶۰ محصول آماده از ۱۰ کسب‌وکار فرهنگ‌بنیان برای معرفی آنها به مخاطبان تخصصی از جمله سرمایه‌گذاران جمع‌آوری شده است.</p> <p>۲. سناریوی تئاتر تعاملی برای هر اتاق از منزل یا فضای محله طراحی شده است و براساس آن قرار است هر کدام از ۶۰ عنوان محصول طی اتفاقاتی در تئاتر تعاملی به مخاطبان نمایشگاه معرفی شود.</p>	<p>برآورد میزان تحقق اهداف تاکنون</p>	
	<p>بدین منظور تفاهم‌نامه‌ای میان صندوق اعتباری هنر و صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری منعقد</p>	<p><b>۴. تأمین مالی فرهنگ‌بنیان</b></p>	

			گردید. بر این اساس قرار شد یک خط اعتباری ۳۰ میلیارد تومانی فعال شود. همچنین یک صندوق حمایتی بازارپردازی با ظرفیت ۱۵۰ میلیارد تومان تشکیل خواهد شد.
	بر آورد میزان تحقق اهداف تاکنون		تا کنون با انعقاد این تفاهم‌نامه ۵۰ درصد این کار پیش رفته است.
	<b>۵. شکل‌گیری و توسعه کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان</b>		الف) قرارگاه بازارپردازی فرهنگی در سال ۱۴۰۰ براساس مصوبه جلسه ۷۶۷ شورای فرهنگ عمومی ذیل دبیرخانه شورا تشکیل گردید. این قرارگاه براساس برنامه ملی زیست‌بوم فرهنگ‌بنیان که در جلسه ۷۸۶ شورای فرهنگ عمومی به تصویب رسیده است، به دنبال راه‌اندازی سکوهای زیر هست: ۱. آمایشگاه فرهنگ و فناوری (فضای آزمون فرهنگی یا Cultural sandbox) ۲. سامانه مدیریت یکپارچه تولید انبوه ۳. سامانه مدیریت ترویج و ذائقه‌سازی ملی ۴. سامانه ناشران بین‌المللی * نکته حائز اهمیت آن است که تمام ۴ سکوی فوق ظرفیت تجاری شدن، درآمدزایی و استقلال مالی را دارند. از این رو نیازمند صرف هزینه‌های دولتی گزاف برای نگهداری نیستند. ب) قرارگاه بازارپردازی علاوه بر ۴ سکوی فوق اقدام به برگزاری رویداد شخصیت‌پردازی با عنوان «پارس‌آرا» نموده است. این رویداد منجر به بانک شخصیت خواهد شد که می‌تواند مرجع کسب‌وکارهای با قابلیت راهبری مرچندایز باشد. همچنین این قرارگاه از برگزاری رویدادها و نمایشگاه‌های شخصیت محور در نهادهای فرهنگی کشور حمایت و چنین رویکرد را ترویج می‌کند. برای نمونه برای شخصیت‌محور شدن نمایشگاه کتاب تلاش می‌کند.
	بر آورد میزان تحقق اهداف تاکنون		الف) در زمینه آمایشگاه فرهنگ و فناوری با تمرکز بر اصلاح و بهبود فضای فرهنگسراها در سطح کشور تلاش‌هایی برای ایجاد نمونه‌های پایلوت در شهرهای قم و اصفهان و همچنین قشم انجام گرفته است. بنابراین در زمینه سکوی اول پیشرفت ۱۰ درصدی رخ داده است. اما در زمینه راه‌اندازی دیگر سکوها پیشرفتی رخ نداده است. ب) در زمینه برگزاری رویداد پارس‌آرا پیشرفت ۳۰ درصدی رخ داده و بنا داریم در اواخر سال ۱۴۰۱ این رویداد را برگزار نماییم.
۳	<b>ویژگی‌های مکان اجرای طرح</b>		این طرح در سطح کشور و معطوف به فعالان فرهنگی و مخاطبان تخصصی فرهنگی آن‌ها اجرا می‌گردد.
۴	<b>زمان آغاز طرح</b>		از خرداد ۱۴۰۰ رویدادهای فرنو با همکاری سازمان تبلیغات و صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری آغاز گردید و ۵ رویداد فرنو تا اسفند ۱۴۰۰ برگزار گردید. همزمان از بهمن ۱۴۰۰، قرارگاه بازارپردازی صنایع فرهنگی در دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور راه افتاد.
	میزان پیشرفت طرح از نظر زمانی		با احتساب اینکه کل طرح حدود ۴ سال زمان می‌برد و تاکنون ۱/۵ سال از آغاز آن می‌گذرد. لذا با برگزاری رویداد بازارپردازی تهران و نمایشگاه سبک زندگی نسل آینده ایران در بهمن ۱۴۰۱، از نظر زمانی حدود ۳۰

			درصد زمان مورد نیاز طرح طی شده است.
۵	زمان لازم برای اتمام طرح	۲/۵ تا ۳ سال	در مدت ۳ سال آینده، سکوهای مدیریت تولید انبوه، مدیریت ترویج و نیز نشر بین‌المللی و همچنین آمایشگاه‌های فرهنگ و فناوری در فرهنگسراها و سرای محله‌ها و فضاهای فرهنگی گردشگری شهرداری‌ها در نقاط مختلف کشور راه‌اندازی می‌شوند. رویدادهای بازارپردای فرهنگی و شخصیت‌پردازی پارس‌آرا نیز به صورت سالانه تکرار می‌شوند و تبدیل به یک رویه همیشگی می‌شوند.
	دلایل تأخیر زمانی		<p>۱. عدم همکاری و هم‌افزایی نهادهای تأمین مالی با یکدیگر در زمینه صنایع فرهنگی و عدم آشنایی آن‌ها با کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان و ظرفیت مقیاس‌پذیری آنان</p> <p>۲. عدم همکاری و هم‌افزایی نهادهای ترویجی، توزیعی و خبرسانی با یکدیگر در زمینه صنایع فرهنگی و عدم آشنایی آن‌ها با کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان و ظرفیت مقیاس‌پذیری آنان</p> <p>۳. اختلاف در زمینه شیوه تنظیم سیاست‌های بازارپردازی و تأمین مالی آن (به دلیل غلبه رقابت سیاسی بر منافع ملی)</p>
	راهکار پیشنهادی		<p>۱. برای افزایش مشارکت نهادهای تأمین منابع مالی لازم است کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان از طرح‌های کسب‌وکار و برنامه برندینگ مشخص و جذاب برخوردار گردند و این طرح‌ها را در سامانه‌های برخط و نیز رویدادهایی به نهاد تأمین مالی ارائه دهند. همچنین کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان باید زنجیره محصولات خود را نمونه‌سازی کنند تا نهادهای تأمین مالی بتوانند برای سرمایه‌گذاری در محصولات مشخص تصمیم‌گیری نمایند.</p> <p>۲. برای افزایش همکاری و هم‌گراسازی نهادهای ترویجی، توزیعی و خبرسانی، اولاً تلاش می‌شود بستری برای گفتگو و تفاهم برای شکل‌گیری مشارکت میان نهادهای مختلف فراهم شود تا در زمینه بازارپردازی صنایع فرهنگی به مثابه یک راهبرد کلان به تدریج اجماع و توافقی ملی حاصل شود. ثانیاً از طریق راه‌اندازی سکوها و سامانه‌های مدیریت تولید انبوه، مدیریت ترویج و نیز نشر بین‌المللی تلاش می‌شود گفتگوها و تفاهم و مشارکت به صورت نهادینه رخ دهد. ثالثاً با ایجاد زیرساخت ثبت مالکیت فکری و انعقاد قراردادهای مالکیت فکری، زمینه همکاری نهادهای فرهنگی با کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان فراهم شود.</p> <p>۳. برای جلوگیری از اختلاف نیاز به تأکید بر ملی بودن طرح حاضر و انتفاع همگان از تحقق آن است. همچنین تلاش می‌شود توافقی کلان در این زمینه در سطح هیئت دولت برای اجرای چنین طرحی پدید آید.</p>

جذب ۱۰۰ میلیارد ریال از محل مصارف هدفمندی  
یارانه‌ها (جدول ۱۷ تبصره ۱۴)

با استفاده از ظرفیت دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی و همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (با محوریت معاونت حقوقی، امور مجلس و استان‌ها)، به منظور حمایت از اجرای برنامه ملی زیست‌بوم بازارپردازی فرهنگی، مبلغ ۱۰۰ میلیارد ریال از محل مصارف هدفمندی یارانه‌ها (جدول ۱۷ تبصره ۱۴) به دبیرخانه برنامه ملی اختصاص می‌یابد تا در عناوین ذیل مورد استفاده قرار می‌گیرد:

الف) راه‌اندازی و توسعه سکوه‌های زیر:

- ✓ هماهنگی و مشارکت دادن نهادهای مرتبط برای راه‌اندازی و توسعه آمایشگاه‌های فرهنگ و فناوری
- ✓ هماهنگی و مشارکت دادن نهادهای مرتبط برای راه‌اندازی و توسعه سکوی مدیریت یکپارچه تولیدات انبوه
- ✓ هماهنگی و مشارکت دادن نهادهای مرتبط برای راه‌اندازی و توسعه سکوی مدیریت ترویج و ذائقه‌سازی ملی
- ✓ هماهنگی و مشارکت دادن نهادهای مرتبط برای راه‌اندازی سکوی ناشران بین‌المللی و هاب صادراتی

ب) ارائه خدمات به هم‌رسانی و مربی‌گری در حوزه‌های فرهنگی، مدیریتی، کسب‌وکاری و حقوقی

- ✓ شناسایی و ارزیابی کسب و کارهای فرهنگ‌بنیان؛
- ✓ به هم‌رسانی فعالان فرهنگی تک‌منظوره با کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان،
- ✓ توسعه شبکه فعالان اقتصاد فرهنگ و هنر؛
- ✓ به هم‌رسانی کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان با فعالان اقتصاد فرهنگ و هنر؛

ج) طراحی و برگزاری رویدادها و نمایشگاه‌ها با هدف ترویج بازارپردازی فرهنگی

- ✓ برگزاری رویداد پیچینگ سالانه بازارپردازی فرهنگی با هدف معرفی و رقابت کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان در زمینه جلب مشارکت
- ✓ برگزاری رویداد پیچینگ سالانه شخصیت‌پردازی پارس‌آرا با هدف گردآوری طرح‌های اقتصادی شخصیت‌پردازی به عنوان مرجعی برای کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان
- ✓ برگزاری نمایشگاه‌های ادواری با موضوع «سبک زندگی نسل آینده ایران» با هدف معرفی و ترویج محصولات کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان

دلایل تحقق نیافتن منابع مالی

۱. با وجود تصویب برنامه ملی زیست‌بوم در شورای فرهنگ عمومی، اما این برنامه هنوز اجرایی نشده است و قرارگاه بازارپردازی به دبیرخانه‌ای با ساختار سازمانی و بودجه مشخص تبدیل نشده است.

	<p>۲. همچنین تحقق منابع مالی پیش‌بینی شده از محل مصارف هدفمندی یارانه‌ها (جدول ۱۷ تبصره ۱۴) مشخص نیست.</p>																																																
	<p>۱. به دلیل محدودیت‌های دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور از حیث تأمین منابع مالی اجرای طرح‌ها از جمله اینکه این دبیرخانه ماهیت ستادی و همگراسازی نهادهای فرهنگی را برعهده دارد، همچنین به دلیل کاهش بودجه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال‌های گذشته و ساختار خاص این وزارتخانه که هنوز به صورت یکپارچه معطوف به شکل‌گیری بازاری‌سازی صنایع فرهنگی و محور قرار دادن شخصیت در فعالیت‌های آن نیست؛ بنابراین ۲ سناریوی زیر پیشنهاد می‌گردد:</p> <p>الف) تبدیل شدن قرارگاه بازاری‌سازی به دبیرخانه‌ای ذیل دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی با ردیف بودجه مشخص و مستقل و همچنین اختصاص منابع از محل مصارف هدفمندی یارانه‌ها (جدول ۱۷ تبصره ۱۴) ب) تأمین منابع مالی طرح از طریق منابع مشخص در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا معاونت فرهنگی ذیل معاون اول به عنوان مرکزی برای هم‌افزایی و همگرایی هیئت دولت</p>	<p>راهکار پیشنهادی</p>																																															
	<p>الف) تأسیس دبیرخانه مجری برنامه ملی زیست‌بوم فرهنگ‌بنیان  ب) ارائه خدمات به هم‌رسانی و مربی‌گری  ج) برگزاری رویدادهای پیچینگ و نمایشگاه‌های ترویجی</p> <p>* ارقام به میلیارد ریال هست.</p> <table border="1" data-bbox="414 853 1108 1236"> <thead> <tr> <th></th> <th>سال ۱</th> <th>سال ۲</th> <th>سال ۳</th> <th>جمع در کل زمان طرح</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>هزینه الف)</td> <td>۳۰</td> <td>۴۰</td> <td>۵۰</td> <td>۱۲۰</td> </tr> <tr> <td>درآمد الف)</td> <td>۱۰</td> <td>۴۰</td> <td>۵۰</td> <td>۱۰۰</td> </tr> <tr> <td>هزینه ب)</td> <td>۲۰</td> <td>۳۰</td> <td>۵۰</td> <td>۱۰۰</td> </tr> <tr> <td>درآمد ب)</td> <td>۱۰</td> <td>۳۰</td> <td>۵۰</td> <td>۹۰</td> </tr> <tr> <td>هزینه ج)</td> <td>۵۰</td> <td>۸۰</td> <td>۱۰۰</td> <td>۲۳۰</td> </tr> <tr> <td>درآمد ج)</td> <td>۳۰</td> <td>۸۰</td> <td>۱۵۰</td> <td>۲۶۰</td> </tr> <tr> <td>جمع هزینه الف، ب و ج:</td> <td>۱۰۰</td> <td>۱۵۰</td> <td>۲۰۰</td> <td>۴۵۰</td> </tr> <tr> <td>جمع درآمد الف، ب و ج:</td> <td>۵۰</td> <td>۱۵۰</td> <td>۲۵۰</td> <td>۴۵۰</td> </tr> </tbody> </table>		سال ۱	سال ۲	سال ۳	جمع در کل زمان طرح	هزینه الف)	۳۰	۴۰	۵۰	۱۲۰	درآمد الف)	۱۰	۴۰	۵۰	۱۰۰	هزینه ب)	۲۰	۳۰	۵۰	۱۰۰	درآمد ب)	۱۰	۳۰	۵۰	۹۰	هزینه ج)	۵۰	۸۰	۱۰۰	۲۳۰	درآمد ج)	۳۰	۸۰	۱۵۰	۲۶۰	جمع هزینه الف، ب و ج:	۱۰۰	۱۵۰	۲۰۰	۴۵۰	جمع درآمد الف، ب و ج:	۵۰	۱۵۰	۲۵۰	۴۵۰	<p>الف) برآورد کل هزینه طرح: ۴۵۰ میلیارد ریال  ب) برآورد درآمدزایی ۳ساله: ۴۵۰ میلیارد ریال  ج) زمان بازگشت سرمایه: ۳سال</p> <p>* از طریق ارائه خدمات مختلف در سکوها و فرایند مربی‌گری و برگزاری رویدادها می‌توان ظرف ۳سال هزینه‌ها را جبران کرد و بسترهایی درآمدزا پدید آورد.</p>	<p><b>پیش‌بینی برای بازگشت سرمایه</b></p>	<p>۷</p>
	سال ۱	سال ۲	سال ۳	جمع در کل زمان طرح																																													
هزینه الف)	۳۰	۴۰	۵۰	۱۲۰																																													
درآمد الف)	۱۰	۴۰	۵۰	۱۰۰																																													
هزینه ب)	۲۰	۳۰	۵۰	۱۰۰																																													
درآمد ب)	۱۰	۳۰	۵۰	۹۰																																													
هزینه ج)	۵۰	۸۰	۱۰۰	۲۳۰																																													
درآمد ج)	۳۰	۸۰	۱۵۰	۲۶۰																																													
جمع هزینه الف، ب و ج:	۱۰۰	۱۵۰	۲۰۰	۴۵۰																																													
جمع درآمد الف، ب و ج:	۵۰	۱۵۰	۲۵۰	۴۵۰																																													
	<p>موانع شامل:</p> <p>۱. وابستگی سکوها و فرایندهای مربی‌گری و رویدادها و نمایشگاه‌ها به بودجه دولتی  ۲. عدم توجه به مباحث مالکیت فکری در زمینه ارائه خدمات سکویی یا مربی‌گری</p>	<p>موانع بازگشت سرمایه و سوددهی</p>																																															

			۳. عدم توافق و هم‌افزایی نهادهای تأمین مالی، ترویجی، توزیعی و خبررسانی در زمینه مشارکت با کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان
	راهکار پیشنهادی		<p>۱. انعقاد قراردادهای مشارکت مدنی برای راه‌اندازی و توسعه سکوها میان نهادهای دولتی و تیم‌های مجری و توسعه‌دهنده، بدین‌سان توسعه سکوها وابستگی مدام به بودجه دولتی نخواهد داشت، چراکه سودآوری آن منجر به افزایش سود تیم مجری و توسعه‌دهنده خواهد شد.</p> <p>۲. انعقاد قرارداد مالکیت فکری در زمینه مربی‌گری یا خدمات سکویی منجر به اعتباربخشی به ایده‌پردازان و طراحان انواع خدماتی خواهد شد که بستر ساز بازارپردازی فرهنگی هستند. بنابراین چون صاحب و مالک بخشی از خدمات ارائه شده هستند، برای بهبود کیفیت آن تلاش بیشتری می‌کنند.</p> <p>۳. در صورت همکاری نهادهای، بسیاری از هزینه‌های طرح کاهش می‌یابد.</p>
۸	پیش‌بینی بازار داخلی و صادراتی و جمعیت هدف		<p>تعداد مخاطب کودکان و نوجوان طبق مرکز آمار حدود ۱۸ میلیون نفر هستند.</p> <p>جمعیت هدف با احتساب ۳۰ درصد کل تعداد مخاطبان برابر است با ۵ میلیون نفر</p> <p>حجم بازار داخلی سالانه: با فرض اینکه به صورت میانگین هر نفر از جمعیت هدف توانایی خرید ۱۰ میلیون ریال داشته باشد. بنابراین حجم بازار داخلی در انواع محصولات از انیمیشن و بازی رایانه‌ای تا اسباب‌بازی و نوشت‌افزار برابر است با ۵۰ هزار میلیارد ریال</p> <p>تعداد مخاطب خارجی حوزه کودک و نوجوان حدود ۲ میلیارد نفر هستند.</p> <p>جمعیت هدف با احتساب ۲۵ درصد کل تعداد مخاطبان برابر است با ۵۰۰ میلیون نفر</p> <p>حجم بازار خارجی سالانه: با فرض اینکه به صورت میانگین هر نفر از جمعیت هدف توانایی خرید ۳۰ دلار داشته باشد. در این صورت حجم بازار خارجی برابر است با ۱۵ میلیارد دلار</p>
	نقایص در برآورد بازار و جمعیت هدف		<p>۱. مشخص نبودن میزان سرانه خرید از انواع زنجیره محصولات انیمیشن تا نوشت‌افزار و لباس و کتاب</p> <p>۲. تنوع بسیار زیاد محصولات بازارپردازی فرهنگی (مرچندایز) که منحصر در انیمیشن و اسباب‌بازی نیست و می‌تواند پوشاک، دکوراسیون و لوازم منزل و انواع خوردنیها را نیز دربرگیرد.</p>
	راهکار پیشنهادی		<p>۱. مواردی که به عنوان نقص در بازار ذکر شده است به نوعی تأیید کننده برآورد بازاری هست که ما انجام داده‌ایم چون بسیاری از موارد لحاظ نشده است.</p>
۹	پیش‌بینی منابع انسانی مورد نیاز (مدیریت، صف و ستاد)	مجموع نفرات: ۱۵ نفر	<p>ساختار دبیرخانه مجری برنامه ملی زیست‌بوم:</p> <p>۱. مدیریت: ۱ نفر</p> <p>۲. سیاست‌گذاری و ایده‌پردازی: ۳ نفر</p> <p>۳. روابط عمومی: ۲ نفر</p>

	<p>۴. شبکه اجتماعی: ۲ نفر</p> <p>۵. امور اداری: ۳ نفر</p> <p>۶. ارتباط با فعالان اقتصادی: ۲ نفر</p> <p>۷. ارتباط با نهادهای دولتی: ۲ نفر</p>			
	-	کاستی‌ها در زمینه نیروی انسانی		
	-	راهکار پیشنهادی		
۱۰	امکان‌سنجی فنی	این طرح به دلیل مشارکت گرفتن از ۱۰ کسب‌وکار فرهنگ‌بنیان که در هم‌آورد بازارپردازی تهران به رقابت می‌پردازد و دارای طرح کسب‌وکار چندساله و زنجیره محصولات نمونه‌سازی شده هستند، از توانمندی فنی چشمگیری برخوردار است.		
		نیازهای فنی برای تداوم طرح		
		نیاز به پژوهش در زمینه نمونه‌های موفق بازارپردازی صنایع فرهنگی و رصد سیاست‌های دولتی در کشورهای مختلف		
	-	راهکارهای پیشنهادی		
۱۱	پیش‌بینی توانمندی علمی-دانشی	این طرح به دلیل مشارکت گرفتن از ۱۰ کسب‌وکار فرهنگ‌بنیان که در هم‌آورد بازارپردازی تهران به رقابت می‌پردازد و دارای طرح کسب‌وکار چندساله و زنجیره محصولات نمونه‌سازی شده هستند، از توانمندی فنی چشمگیری برخوردار است.		
		نیازهای دانشی برای تکمیل طرح		
	-	راهکارهای پیشنهادی		
۱۲	پیش‌بینی دستگاه‌های همکار	در حال حاضر با بیش از ۱۵ نهاد تفاهم‌نامه همکاری منعقد شده است. اما شکل‌گیری چنین طرحی نیازمند همکاری همه نهادهای فرهنگی و اقتصادی مرتبط هست.		
		نحوه همکاری با دستگاه‌ها		
		نقص‌ها و خلل‌ها		
		راهکارهای پیشنهادی		
۱۳	پیش‌بینی مجوزهای لازم			
	-	مجوزهای لازم جدید برای اتمام طرح		
	-	راهکارهای پیشنهادی		
۱۴	پیش‌بینی مشارکت غیردولتی (مردمی، تعاونی و بخش)	در حال حاضر بیش از ۱۰۰ شرکت خصوصی در نشست‌های اقتصاد بازارپردازی این طرح دعوت شده‌اند و نسبت به این طرح توجه و همراه شده‌اند و ابراز تمایل کردند تا در هم‌آورد بازارپردازی تهران حضور یابند.		
		دلایل محقق نشدن مشارکت غیردولتی		
		عدم ترویج و تبلیغ		

		راهکارهای پیشنهادی	خصوصی)	
			جمع‌بندی نهایی	۱۵
		میزان پیشرفت طرح (درصد)		
	در صورت برگزاری هم‌آورد بازارپردازی تهران و نمایشگاه سبک زندگی نسل آینده ایران حدود ۳۰ درصد از کل طرح پیش رفته است.			
	برآورد ۳ سال است.	برآورد زمانی برای تکمیل طرح		
	این طرح به دلیل ظرفیت اشتغال‌آفرینی در سطح ملی و منطقه‌ای و نعلاده بر آن به دلیل تأثیر چشمگیر بر فرهنگ و سبک زندگی از ۸۰ درصد اولویت نسبت به بسیاری از طرح‌های اقتصادی صنعتی برخوردار است.	میزان اولویت منطقه‌ای طرح (درصد)		
	با استفاده از ظرفیت دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی و همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (با محوریت معاونت حقوقی، امور مجلس و استان‌ها)، به منظور حمایت از اجرای برنامه ملی زیست‌بوم بازارپردازی فرهنگی، مبلغ ۱۰۰ میلیارد ریال از محل مصارف هدفمندی یارانه‌ها (جدول ۱۷ تبصره ۱۴) به دبیرخانه برنامه ملی اختصاص می‌یابد تا در عنوانین ذیل مورد استفاده قرار می‌گیرد: الف) راه‌اندازی و توسعه سکوه‌های زیر:	میزان اولویت طرح (درصد)		
	ب) ارائه خدمات به هم‌رسانی و مربی‌گری در حوزه‌های فرهنگی، مدیریتی، کسب‌وکاری و حقوقی ✓ شناسایی و ارزیابی کسب و کارهای فرهنگ‌بنیان؛ ✓ به هم‌رسانی فعالان فرهنگی تک‌منظوره با کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان، ✓ توسعه شبکه فعالان اقتصاد فرهنگ و هنر؛ ✓ به هم‌رسانی کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان با فعالان اقتصاد فرهنگ و هنر؛			
	ج) طراحی و برگزاری رویدادها و نمایشگاه‌ها با هدف ترویج بازارپردازی فرهنگی ✓ برگزاری رویداد پیچینگ سالانه بازارپردازی فرهنگی با هدف معرفی و رقابت کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان در زمینه جلب مشارکت ✓ برگزاری رویداد پیچینگ سالانه شخصیت‌پردازی پارس‌آرا با هدف گردآوری طرح‌های اقتصادی شخصیت‌پردازی به عنوان مرجعی برای کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان ✓ برگزاری نمایشگاه‌های ادواری با موضوع «سبک زندگی نسل آینده ایران» با هدف معرفی و ترویج محصولات کسب‌وکارهای فرهنگ‌بنیان			
	❖ حمایت از اجرای برنامه ملی زیست‌بوم فرهنگ بنیان که مصوب جلسه ۷۸۶ شورای فرهنگ عمومی در تاریخ ۲۲ آذر ۱۴۰۱ است.		پیشنهاد نهایی	۱۶

<p>❖ محور طرح ساماندهی کسب و کارهای فرهنگ بنیان (دارای زنجیره محصولات فرهنگی حول شخصیت و برنامه برندینگ و طرح کسب و کار بلندمدت) است.</p> <p>❖ ساماندهی کسب و کارهای فرهنگ بنیان از طریق راه اندازی و توسعه سکوهایی (پلتفرم‌های) زیر صورت می‌گیرد:</p> <p>✓ آمایشگاه‌های فرهنگ و فناوری (نوعی فضای آزمون ایده‌های و محصولات فرهنگی در مرحله پیش‌بازاریابی در قالب شهربازی با مدل درآمدی مشخص)</p> <p>✓ سکوی مدیریت یکپارچه تولیدات انبوه (نوعی بستر بارگذاری تصاویر و محتواهای تولید شده برای بازتولید آن محتواها در قالب دیگر انواع رسانه و محصولات فیزیکی. این سکو نیز دارای طرح تجاری‌سازی مشخص است)</p> <p>✓ سکوی مدیریت ترویج و ذائقه‌سازی ملی (نوعی بستر فعال و پویای ترویج و بازخوردگیری از مخاطبان با مدل درآمدی از طریق مشاوره به تولیدکنندگان و ...)</p> <p>✓ سکوی ناشران بین‌المللی و هاب صادراتی (نوعی بستر نمایش محصولات و خدمات به منظور معرفی، ترویج و صادرات آن‌ها در سطح بین‌المللی)</p> <p>❖ تشکیل اتاق‌های بازارپردازی فرهنگی در سراسر کشور ذیل شوراهای فرهنگ عمومی هر استان به منظور ارائه خدمات مربی‌گری در حوزه‌های فرهنگی، مدیریتی، کسب و کاری و حقوقی برای شکل‌گیری کسب و کارهای فرهنگ بنیان</p> <p>❖ برگزاری رویدادهای پیچینگ و نمایشگاه‌های با موضوع بازارپردازی یا شخصیت‌پردازی (با مدل اقتصادی)</p>		
<p>امتیاز نهایی</p>		<p>۱۷</p>