

دانشگاه شیراز میزبان چهارمین بازارچه صنایع دستی و تولیدات دانشگاهیان

دوباره چرتکه!

بازارچه چرتکه یک طرح ملی محسوب می‌شود و از سال ۱۳۹۶ فعالیت خود را آغاز نموده است. این بازارچه یک طرح وزارتی بود که در دانشگاه‌های کشور برگزار گردید. کارفرمای این طرح، سازمان امور اجتماعی وزارت کشور ومجری طرح، وزارت عتف می‌باشد. رویداد چرتکه از سال ۱۳۹۶ به صورت ممتد و هرسال یکبار در دانشگاه شیراز برگزارشده و طی ۴ دوره، هم به صورت حضوری و هم به صورت مجازی ارائه شده است. وب‌سایت چرتکه پرتانسیل‌ترین بازارگاه آنلاین فروش صنایع دستی بوده و بیش از ۳ هزار محصول صنایع دستی تاکنون در آن فعال می‌باشد. هدف اولیه و بنیادین آن جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی و همچنین درگیری ذهنی در رابطه با وصول به فروش و اهداف مشخص شده تیم‌ها بوده که سبب شده که دانشجویان از آسیب‌هایی که اکنون در دانشگاه می‌بینیم دور باشند و در چرتکه تا حد قابل قبولی این هدف به دست آمده است .چرتکه دو دستاورد مهم دارد- اول آن‌که اجازه داشتن شرکت در امور نوین و دادن فرصت آزمون و خطا به افراد می‌باشد-این مسیر در بازارگاه‌های بزرگ و تجاری هزینه‌های زیادی را خواهد داشت؛ اما چرتکه اجازه آزمون و خطا را با هزینه‌های خیلی کمتر می‌دهد. نکته دوم اعتماد به نفسی است که در دانشجویان ایجاد می‌کند تا آن‌ها طعم شیرین کسب فرصت مالی را احساس کنند و این سبب ادامه و پیگیری روند کار می‌شود-تیم‌هایی که وارد چرتکه شده‌اند، تیم‌های تازه وارد و تازه شروع کرده به کار بودند که به دانشجویان درتشکیل هسته اولیه تیم‌ها، تولید و تهیه مواد اولیه و در مرحله جذب سرمایه با آموزش و ارائه و حتی در بسته‌بندی محصولات به آن‌ها تسهیلاتی داده شده است. همچنین در این مسیر کارگاه‌های تخصصی صنایع دستی وکلاس‌های آموزش کسب و کار برگزار شده است.

دبیر رویداد‌های استانی و ملی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی فارس اظهار کرد:

تیم‌های حاضر در نمایشگاه با پرچم چرتکه در نمایشگاه‌های ملی شرکت کنند

جناب دکتر محسن عامری نظرتان درباره چرتکه امسال و حضور دانشجویان در رویداد چیست؟
در ابتدای ورود شور و هیجان زیاد بود و جذب تکاپوی غرفه‌داران و دانشجویان شدم و باعث حس تازگی و شوق در من شد. تیم‌ها همه پتانسیل بالای کاری دارند و در بعضی از تیم‌ها نیاز به آموزش و خدمات منتورینگ‌های تخصصی برای بهبود کسب و کار خود دیده می‌شد. حتی در بعضی از تیم‌ها پتانسیل صادرات محصولات وجود دارد. هدایت این تیم‌ها مهم و کلیدی است.

پیشنهادات شما برای بهبود روند نمایشگاه در سال‌های آتی چیست؟

پیشنهاد اصلی من این است که تیم‌ها در رویداد مشترک همیارن و میراث فرهنگی که درحوزه صنایع دستی و گردشگری برگزار خواهد شد شرکت کنند، تا از ظرفیت‌های حمایتی میراث فرهنگی و منابع مالی و گرنت‌های پارک‌های علم و فناوری نرم و صنایع فرهنگی و پارک‌های رشد قرار بگیرند. این‌گونه مسیر راحت‌تر جذب سرمایه برای توسعه کسب و کار خود نیز دارند و بعد از برنامه از حمایت‌های موجود بهره می‌برند.

دانشگاه شیراز به عنوان برگزار کننده نمایشگاه چه اقداماتی می تواند انجام دهد؟

چرتکه باید با تیم‌ها ارتباط و همراهی مستمر را ادامه دهد. بعد از این نمایشگاه و به‌نظر من در سال‌های آینده قبل از برگزاری نمایشگاه باید رویداد هایی برای آموزش دانشجویان برگزار شود، تا تیم‌ها اصول شرکت در نمایشگاه را فرا بگیرند و کسب و کار خود را توسعه یا بهبود دهند.

رمز و راز موفقیت کسب و کارهای کوچک از دیدگاه شما چه می‌تواند باشد؟

عشق و علاقه و احساس خوب مهمترین و رمز موفقیت در هر کاری است. عشق زبان مشترک تمام مردم دنیاست. اگر شوق و علاقه به کار باشد، حس خوب به مشتری و خریدار می‌دهد و خریدار حس خوب را دریافت می‌کند.

برای شرکت دوستان در نمایشگاه‌های استانی و ملی چه پیشنهادی دارید؟

آموزش به تیم‌ها برای بهبود کسب و کار خود مهم است. می‌توانیم برای رشته‌هایی که پیچیده‌تر نیستند، اساتیدی را به دانشگاه بفرستیم تا آموزش‌ها در فضای دانشگاه باشد. باید به تیم‌ها با تناسب نیازهای کسب و کاری آن‌ها آموزش و خدمات منتورینگ تخصصی ارائه داد. فضایی به عنوان بازارچه‌هایی در بیرون از دانشگاه و در شهر برای تیم‌ها و دانشجویان مستعد ایجاد شود و فرصت سازی‌ها برای ادامه این راه مستمر و ادامه‌دار باشد که این باعث هزینه کمتر با حمایت بیشتر و فرصت ارتباط بیشتر با مخاطبان عمومی می‌شود. اگر این دانشجویان آموزش و منتورینگ کافی داشته باشند، می‌توانند در سطح ملی و حتی در سطح بین‌المللی درنمایشگاه‌ها شرکت کنند. پیشنهاد من به چرتکه این است که در نمایشگاه‌های ملی که برگزار خواهد شد با عنوان و پرچم چرتکه تیم‌های خود را در نمایشگاه‌ها حمایت کند و به معرفی تیم‌ها در نمایشگاه‌ها کمک کنند.

حرف آخر و توصیه کلیدی شما به دانشجویانی که مایل به شرکت در نمایشگاه هستند چیست؟

به آن‌ها بابت شرکت‌شان تبریک می‌گویم و به آن‌ها این پیام را دارم که با فراگیری اصول کسب و کار و بهبود کسب و کار خود در کنار علاقه، کسب و کار خود را توسعه دهید .

تیم دانشجویی پرتلاش نشریه سربالایی



چرتکه بازار

ویژه نامه دوفصلنامه فرهنگی اجتماعی سربالایی دانشگاه شیراز

سال چهارم، شماره چهارم، ۴ آبان‌ماه ۱۴۰۱



ایده‌های جدید و متفاوت کسب و کار

- کسب درآمد از رسانه‌های اجتماعی: در هر رسانه اجتماعی، محصولات برندهای مرتبط با برند خودتان (به طور مثال زیورآلات، پوشاک، حتی مواد خوراکی) را تبلیغ کرده و آن‌ها را به فروش برسانید.
- راه اندازی وب سایت تخصصی: هیچ کاری آسان‌تر از این نیست که وب سایت خودتان را راه اندازی کنید و بهترین بخش این کسب و کار این است که وب سایت می‌تواند، راجع به هر موضوعی باشد (مسلماً وب سایت باید از قوانین تعیین شده پیروی کند). تنها کاری که باید انجام دهید، این است که موضوع دلخواه خود را انتخاب کرده، شروع به نوشتن وبلاگ کنید و سپس کسب درآمد را شروع کنید.
- خرید و فروش کتاب در پایان نیمسال تحصیلی: کتاب‌های درسی هم‌کلاسی‌های خود را با قیمت‌های کم خریداری کنید. خرید کتاب برای آن‌ها هم یک مزیت به حساب می‌آید؛ زیرا دیگر نیازی نیست که خودشان را به دردسر انداخته و کتاب‌ها را به صورت آنلاین به فروش برسانند. پس از خرید کتاب‌ها و در شروع نیمسال تحصیلی، دانشجویانی که این کتاب‌ها را لازم دارند، پیدا کرده و کتاب‌ها را با قیمت بیشتری بفروشید. البته قیمت پیشنهادی باید از قیمت کتاب‌های چاپ جدید کمترباشد.
- انتشار و فروش کتاب: اگر شما هم از آن دسته افراد هستید که همیشه برای نوشتن داستان و کتاب ایده داشتید، امروزه به لطف رشد روز افزون کتاب‌های الکترونیکی، دیگر مانعی در مسیر نویسنده شدن وجود نخواهد داشت. اگر در نویسندگی خوب نیستید، حداقل می‌توانید از نوشتن دیگر متن‌ها پول به جیب بزنید. برای خود اهداف غیرمعمول تعیین کرده و در وبلاگ شخصی یا حتی کتاب، درباره ایده‌های خود بنویسید؛ درست مانند یکی از دانشجویان به نام کن گوناس که درباره زندگی در ون یک کتاب نوشته است.
- گل و گیاه زینتی یا دارویی یا سبزیجات تازه را پرورش داده و به فروش برسانید. می‌توانید انواع و اقسام مختلفی از میوه و سبزیجات و گیاهان دارویی را در خانه به فروش برسانید.
- نسخه‌های صوتی یا الکترونیکی کتاب را به فروش برسانید. کتاب‌های امروزی از حق کپی رایب برخوردار هستند و مثلاً نمی‌توانید از مجموعه کتاب‌های هری پاتر، نسخه‌های الکترونیکی را به فروش برسانید. اما خوشبختانه کتاب‌های قدیمی‌تر از حق کپی رایب برخوردار نیستند و می‌توانید آزادانه آن‌ها را استفاده کرده و حتی به کتاب الکترونیکی یا کتاب صوتی نیز تبدیل کنید. توصیه می‌کنیم که کتاب‌هایی را برای این هدف انتخاب کنید که پیدا کردن شان برای عموم مردم کار سختی باشد؛ مثلاً کتاب‌های مربوط به ادبیات کلاسیک یا علوم قرون گذشته. چراکه میزان تقاضا برای نسخه‌های آنلاین آن‌ها، بیشتر است و درعین حال، میزان رقابت نیز کمتر است.

امیرعلی اردوان وفاطمه باقری

دانشجوی کارشناسی ارشد روانشناسی تربیتی دانشگاه شیراز دانشجوی کارشناسی علوم تربیتی دانشگاه شیراز



معاون دانشجویی و فرهنگی دانشگاه شیراز در گفتگو با ما:

چرتکه ادامه‌دار، ساری و جاری خواهد بود

جناب دکتر حفیظی از نظر شما اهمیت چرتکه در بین سایر فعالیت‌های معاونت فرهنگی چیست؟

هدف بازارچه تولیدات دانشجویی چرتکه این است که در ابتدا توانمندی دانشجویان را به خودشان اثبات شود و در وهله دوم بتوانند توانمندی‌های خود را ارتقا دهند. درواقع، اهداف اصلی چرتکه این است که زمینه ورود دانشجویان به بازارکار در زمینه صنایع دستی و تولیدات دانشجویی را به طورکلی فراهم کند. همچنین رویدادهایی شبیه بازارچه چرتکه در امیدآفرینی و ایجاد استقلال مالی در دانشجویان بسیار حائز اهمیت است. به طورکلی اهداف مجموعه فرهنگی، هدایت دانشجویان به طور هدفمند، توانمندسازی و آموزش آن‌هاست، تا با فارغ‌التحصیل شدن و ورود به عرصه کار از آن توانمندی‌ها استفاده کنند.

به عنوان معاون فرهنگی دانشگاه بفرمایید که حمایت‌های مالی و معنوی معاونت فرهنگی از دانشجویان شرکت‌کننده و محصولات ایشان به چه صورت است؟

اولین و مهمترین حمایت مالی ایجاد همین بستری است که دانشجویان به طور رایگان بتوانند، محصولاتشان را ارائه کنند. در کنار این مورد، کارگاه‌هایی در نظرگرفته شده که می‌توانند رایگان از آنها استفاده کنند. مورد بعدی این است که دانشگاه‌ها هدایایی که در حوزه‌های مختلف احتیاج دارند را ترجیحاً از همین غرفه‌ها تهیه کنند. مورد چهارم که مهمترین است چندین قول حمایت از نهادهای ملی و استانی همین امروز نهایی شده که ۵ تا ۲۰۰ میلیون کمک را به همراه خواهد داشت و علاوه بر آن، حمایت شرکت همیارنت است که اینترنت پرسرعت با پهنای باند بالا برای دانشجویهای حاضر در غرفه درنظرگرفته است. همچنین علاوه بر موارد ذکرشده، یک حمایت دو میلیارد تومانی پیشنهاد شده است که البته هنوز نهایی نشده است و اگر طرح یا ایده مناسبی پیدا شود که قابلیت‌های اولیه را داشته باشد، پیگیری خواهیم کرد .

روند سال‌های آتی چرتکه را چگونه پیش بینی می‌کنید؟

در سطح وزارت علوم و با توجه به پیشنهادهایی که دانشگاه شیراز هم داشته و همچنین رویکردهای نوآورانه و کارآفرینانه به خصوص درحیطه صنایع دستی دانشگاه‌ها، سعی داریم تا به طور تخصصی این حرکت را ادامه بدهیم و یقیناً سال‌های آینده هم این بازارچه ادامه خواهد داشت و سعی داریم تا یک بستر یکپارچه را با نام چرتکه در سطح ملی مطرح کنیم که تا الان نیز حدود سه هزار محصول دانشجویی در آن بارگذاری شده است. همچنین در سطح شیراز در حال رایزنی هستیم که در دوره‌هایی مثل عید نوروز که میزبان مهمان‌های نوروزی هستیم، از بازارچه‌های فصلی و ماهانه که اداره میراث فرهنگی برگزار می‌کند، استفاده کنیم. به طور کلی باید گفت پروژه چرتکه ادامه دار، ساری و جاری خواهد بود.

حرف نکتهٔ ای در مورد چرتکه باقی مانده است؟

توصیه آخر من به عنوان یک معلم دانشگاه شیراز و دانش‌آموخته دانشگاه شیراز به تمامی دانشجویان دانشگاه این است که سعی کنیم در فعالیت‌های خودجوش دانشجویی یعنی غیرآموزشی و پژوهشی، یا ایجاد ارتباط بین فعالیت آموزشی و پژوهشی و با فعالیت خودجوش خود سرآمد باشیم؛ تا این‌که ان شاءالله در آینده دانشجویان عزیز دانشگاه شیراز که سکان داران دانشگاه و استان و کشور خواهند بود، بتوانند تا حد اعلا وظایفشان را ایفا کنند.

دانش‌آموخته افغانستانی دانشگاه شیراز بیان کرد:

تلاش و امید، ویژگی خاص افراد کارآفرین است

چگونه با جشنواره چرتکه آشنا شدید؟

آشنایی ابتدایی و اولیه ما با چرتکه از طریق پوستر جشنواره بود.

در اولین چرتکه‌ای که شرکت کردید، چه محصولاتی برای فروش داشتید؟

در ابتدا ما فروش غذاهای محلی افغانستان امع از: آشک، منٹو، بلاتی، آی خانم، خجو و … را داشتیم؛ سپس میناکاری‌هایی که کاردست‌بچه‌های افغانستانی بود ولباس‌های سنتی، شال، گاج ولباس‌های محلی افغانستانی بوداضافه شد.

چرتکه زمینه آشنایی شما با چه افراد و جریان‌هایی را در زمینه اقتصادی فراهم کرد؟

در همین غرفه‌ای که آن سال داشتیم، باعث شد با قشرهای مختلف افغانستانی آشنا بشویم. غذاهایی که ارائه می‌دادیم، مورد استقبال دانشجویان ایرانی و افغانستانی قرارگرفت. همچنین چرتکه مسیر آشنایی ما با چندتن از تجار پارچه که فعالیت تجاری بین ایران و افغانستان داشتند، فراهم کرد .

چرتکه در مسیر ورود شما به کسب و کار چه تسهیلی ایجاد کرد؟

غرفه‌داران، هرکدام از طریق مراجعینی که داشتند درمسیر توسعه کسب و کار خود حرکت کردند. برای مثال صاحب یکی از رستوران‌ها که از غذاهای ما استقبال کرد و گفت که درنظر دارد در رستوران سنتی خود برای محصولات دانشجویان افغانستانی، مکانی اختصاص دهند که بسیار جذاب و با ارزش بود.

به نظر شما ویژگی خاص و پررنگ افراد کارآفرین چیست؟

به نظرم تلاش و امیدی که دارند و انرژی‌ای که هست و آن‌ها برای پیشبرد اهدافشان تلاش می‌کنند . به صورت مصداق در ذهن دارید که همکاران تان که الان کارآفرین هستند، از ابتدا سیستم کاری‌شان به چه شکل بوده و اکنون چه شده است. به عنوان مثال فقط یک میز گذاشتند و وسایل را روی آن گذاشته بودند و درحال حاضر مغازه‌دار می‌باشند. این افراد و دیگر موارد مشابه، از همین بازارچه‌های دانشجویی امثال چرتکه رشد کرده‌اند.

حدیث مذهبیان وفاطمه جلیلی

دانشجوی کارشناسی ارشد روانشناسی تربیتی دانشگاه شیراز، دانشجوی کارشناسی تربست شناسی گاهی دانشگاه شیراز

چرتکه بازار| ویژه نامه دوفصلنامه فرهنگی اجتماعی سربالایی دانشگاه شیراز| سال چهارم، شماره چهارم، ۴ آبان‌ماه ۱۴۰۱| صاحب‌امتیاز: مدیریت فرهنگی دانشگاه شیراز |مدیرمسئول:مهدی مومن‌زاده|سردبیر:فرج اله زارعیان|جرمی |مدیراجرایی: حدیث مذهبیان |دبیر هیئت تحریریه: حمیده سیاح‌پور| هیئت تحریریه: حدیث مذهبیان، آیسا شاهی، فاطمه باقری، ثمنه منصوری، سید امیرعلی اردوان، فاطمه جلیلی|طراح گرافیک: آیسا شاهی |عکاس وخبرنگاران: ثمنه منصوری، فاطمه باقری، حدیث مذهبیان |شماره مجوز: ۴/۱۸/ ک ن ش