

شناسایی ظرفیت‌های صنعت آموزش مجازی در گفت‌وگو با مدیرعامل شرکتی خلاق در این حوزه

آموزش در هر لحظه و هر جا

شیوع گسترده ویروس کرونا در انتهای سال ۱۳۹۸ تمام فعالیت‌های آموزشی اعم از مدارس، دانشگاه‌ها و مؤسسات خصوصی را تا موج‌های اصلی همه‌گیری به تعطیلی کشاند. هرگاه بحث جریان‌ات و اتفاقات همه‌گیری کووید-۱۹ به میان می‌آید معمولاً صحبت از جنبه‌های منفی آن پررنگ تر است. اما شاید یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های این همه‌گیری را بتوان آشنایی بیشتر عامه مردم با شیوه آموزش مجازی دانست. جدا از آموزش مجازی پرخط که بیشتر مورد استفاده مراکز آموزشی دولتی است، شیوه آموزش مجازی آفلاین نیز به صورت بسیار گسترده‌ای مورد استقبال مخاطبان و مؤسسات آموزشی مستقل قرار گرفت. آموزش مجازی برخلاف آموزش حضوری از محدودیت‌های مکانی و زمانی عبور می‌کند و حتی تا حد قابل قبولی هزینه‌های آموزشی را کاهش می‌دهد.



جواد فیاض

خبرنگار

پیشران



سابقه فعالیت مجموعه‌های آموزش مجازی در ایران به اواخر دهه ۸۰ برمی‌گردد. با فراگیری استفاده از اینترنت و تلفن‌های همراه هوشمند، این مجموعه‌ها با استقبال خوبی از سوی مخاطبان نیز روبه‌رو شدند. با این وجود تا پیش از همه‌گیری کرونا و تعطیلی کامل آموزش حضوری، همچنان شمار زیادی از مخاطبان، فقط آموزش حضوری را مفید و موثر می‌دانستند. با تغییرات سبک زندگی در سال‌های اخیر می‌توان ادعا کرد آموزش مجازی شاید در حال حاضر از محبوبیت بیشتری نسبت به آموزش حضوری برخوردار باشد. با توجه به این شرایط وجود مجموعه‌هایی که به صورت تخصصی در حوزه آموزش مجازی فعالیت دارند بسیار حائز اهمیت است. شرکت خلاق «مدرسه اینورس» نیز از مجموعه‌های فعال با سابقه در حوزه آموزش حضوری و مجازی است. مدرسه اینورس فعالیت خود را از سال ۱۳۸۷ به عنوان اولین مدرسه تخصصی هنرهای دیجیتال آغاز کرد و در سال ۱۴۰۰ موفق به اخذ گواهی شرکت خلاق شده است.

همراهی از پشت نیمکت تا والت دیزنی

به گفته علیرضا اردوبادی، بنیان‌گذار و مدیرعامل این مجموعه خلاق، مدرسه اینورس با برگزاری ۲۸۰ رویداد در طول سال‌های طولانی فعالیت خود با پذیرش بیش از ۱۳ هزار هنرجوی حضوری و بیش از ۴۲ هزار هنرجوی مجازی نه تنها به اصلی‌ترین جریان آموزش تخصصی هنر-صنعت در ایران تبدیل شده، بلکه زمینه حضور هزاران هنرجو در بازار کار داخل و خارج از کشور را نیز فراهم کرده است. اردوبادی می‌افزاید: «در ابتدای دهه ۹۰ فعالیت مدرسه اینورس با برگزاری رویدادها و دوره‌های تخصصی آموزشی در حوزه‌های متنوع هنرهای دیجیتال مانند انیمیشن، موشن‌گرافیک، طراحی پرژنیات تبلیغاتی، فیلمسازی،

طراحی گرافیک، تصویرسازی و بازی‌سازی آغاز و در ادامه حوزه‌های مد و لباس، بازاریابی و کسب‌وکار معماری، عکاسی، برنامه‌نویسی خلاق و طراحی جلوه‌های ویژه بصری نیز به فعالیت‌های اینورس اضافه شد. عمده خدمات آموزشی مدرسه اینورس به دو دسته دوره‌های مستقل و رشته‌های آموزشی جامع تقسیم می‌شود.»

مدیرعامل این مجموعه خلاق توضیح می‌دهد: «عمده مخاطبان اینورس در سه دسته کلی قرار می‌گیرند. دسته اصلی مخاطبان فارغ‌التحصیلان دانشگاهی هستند که بیشتر آموزش‌های لازم برای حضور در بازار کار را ندیده‌اند، دسته دوم فعالان با سابقه بازار کارند که قصد تقویت یا یادگیری مهارت جدیدی را دارند و دسته سوم مخاطبان اینورس را نوجوانان علاقه‌مند و به نوعی آینده‌داران حوزه هنرهای دیجیتال ایران تشکیل می‌دهند.»

اردوبادی معتقد است اینورس صرفاً یک سکوی آموزشی نیست، بلکه به معنای واقعی کلمه یک مدرسه است که از لحظه ورود هنرجو تا هنگام ورود به بازار کار، همواره همراه و کمک‌هنگام خواهد بود. وی می‌افزاید: «تقریباً تمام هنرجویان مدرسه اینورس پس از اتمام دوره آموزشی به سرعت وارد بازار کار می‌شوند. علاوه بر اشتغال هنرجویان در مجموعه‌های بزرگ، شماری از این هنرجویان خود توانسته‌اند در نقش کارآفرین ظاهر شوند. حتی برخی هنرجویان و فارغ‌التحصیلان مدرسه اینورس موفق به حضور و فعالیت در شرکت‌های بسیار بزرگی مانند برادران وارنر و والت دیزنی هم شده‌اند.»

مسیر سخت پیشرفت بدون حمایت

به گفته اردوبادی مجموعه اینورس با بیش از ۱۵ سال سابقه فعالیت و کارآفرینی، نه تنها در راه دریافت گواهی خلاق با موانع بسیاری روبه‌رو بوده، بلکه حتی پس از اخذ عنوان شرکت خلاق نیز تاکنون موفق به دریافت هیچ حمایتی از سوی نهادهای متولی نشده است. او خاطرنشان می‌کند: «طی تمام سال‌های فعالیت اینورس نه تنها هیچ تلاشی از سوی مسئولان برای رفع موانع انجام نشده بلکه حتی گاهی با سنگ‌اندازی‌های بی‌مورد جلوی پیشرفت مجموعه‌های خلاق و کارآفرین گرفته می‌شود.»

او معتقد است افرادی که با تکیه بر روابط و رانت‌های خود وارد میدان می‌شوند در طولانی مدت حرفی برای گفتن در این حوزه ندارند و در نهایت هم حذف می‌شوند. اما ورود این گونه افراد که اکثراً از رانت‌های حمایتی و مالی بسیار بزرگی برخوردارند، فقط انرژی و زندگی کسانی را که با تمام وجود برای کار و کشورشان وقت و عشق گذاشته‌اند، تباه می‌کند و زمینه‌ساز مهاجرت متخصصان می‌شود.

بازارپردازی

به سبک فرهنگی

مدت‌هاست که از صنعتی شدن مفهوم سرگرمی در جهان امروز می‌گذرد و گردش مالی عظیم این حوزه توجه شرکت‌های ریز و درشت و استارت‌آپ‌های متنوعی را در سراسر دنیا به خود جلب کرده است. حالا بازار این حوزه مملو از شخصیت‌هایی است که در حوزه‌های مختلف نظیر سینما، بازی‌های رایانه‌ای و کتاب‌های مصور به شهرت رسیده‌اند و می‌توان با ساختن عروسک، اکشن فیگور، تیزرهای تبلیغاتی و... فرصت‌های متعددی را برای کسب درآمد و اشتغال‌زایی پدید آورد.

«خانه خلاق تم» با هدف پرداختن به همین ظرفیت‌هایی که در حوزه سرگرمی کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند تأسیس شده است. این مرکز با نگاه محوری نسبت به پدیده تجاری‌سازی محتوا، همواره تلاش کرده با بازارپردازی فرهنگی با شخصیت‌های بومی، سازوکارهای لازم برای بهره‌برداری از توانمندی‌های هنرمندان بومی را پدید آورد تا ضمن اعتلای فرهنگ پارسی، زمینه‌ای برای اشتغال و به‌کارگیری توانمندی‌های جوانان ایرانی نیز مهیا شود. تا به امروز در خانه خلاق تم تیم‌های متنوعی شکل گرفته‌اند که هر کدام حوزه متفاوتی از زمینه سرگرمی و تبلیغات را پوشش می‌دهند.

یکی از این تیم‌ها انتشارات پی‌نماست که با هدف نشر کتاب کودک و نوجوان فعالیت خود را از اواخر سال ۱۳۹۸ آغاز کرده است. نخستین کتاب منتشر شده این انتشارات، کمیک یاداستان مصور «مرز» به نویسندگی صدق فقیهی و تصویرگری ماهور پورقدیم است که در سال ۱۴۰۰ موفق به دریافت جایزه کتاب سال جوانان کشور شد.

ماروک از دیگر تیم‌های فعال در خانه خلاق تم است که در زمینه تولید نوشت‌افزار و اسباب‌بازی با محوریت شخصیت‌های اصیل پارسی فعالیت می‌کند. آژانس پروانه نیز دیگر تشکل خانه خلاق تم است که برای نخستین بار متخصصانی را برای بازارپردازی شخصیت‌ها گرد هم آورده است تا در آن ثبت یک شخصیت بتوان حق امتیاز استفاده از آن در حوزه‌های مختلف را به دست آورد. از شخصیت‌هایی که حق امتیاز آنها در این آژانس خریداری شده می‌توان به مل مل، ایلیا و پسر دلفینی اشاره کرد.

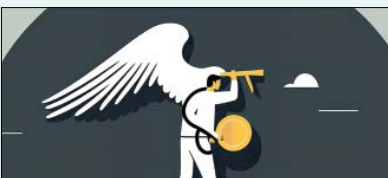


فرشته‌های سرمایه‌گذار

مورد نظر کمک کرده و تجربیات مفید خود را در اختیار آنها قرار می‌دهند. سرمایه‌گذار فرشته با سرمایه شخصی خود وارد عمل می‌شود، پس نوع فعالیت آنها سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیست. معمولاً در این روش سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذار فرشته سهمی قابل توجه از شرکت را نمی‌گیرد. در واقع سرمایه‌گذاران با تجربه به خوبی می‌دانند بنیان‌گذاران شرکت باید بالاترین سهام را در شرکت‌های خود داشته باشند؛ چراکه آنها بیشترین انگیزه را برای موفقیت شرکت دارند؛ به همین دلیل در این روش سرمایه‌گذاری معمولاً زیر ۲۵ درصد سهام شرکت را دریافت می‌کنند. سرمایه‌گذاران فرشته با شرکت در

کسب‌وکار که می‌خواهند سهمی در رشد کسب‌وکارهای نوآور و استارت‌آپی داشته باشند، روی شرکت‌های نوپایی که در مراحل ابتدایی کارشان هستند به ازای دریافت بخشی از سهام شرکت سرمایه‌گذاری می‌کنند. ممکن است در برخی موارد این افراد به خوبی در زیست‌بوم نوآوری و فناوری شناخته شده باشند اما در بیشتر موارد افرادی هستند که سرمایه خردی دارند و ترجیح می‌دهند از این سرمایه در توسعه کسب‌وکاری نوپا و رشد‌یافته‌ای جوان استفاده کنند. در بسیاری از مواقع این افراد مانند یک فرشته نجات برای شرکت‌های نوپا ظاهر می‌شوند و در حد توان خود به کسب‌وکار

با توجه به ماهیت خطرپذیر کسب‌وکارهای استارت‌آپی و نوآور تأمین مالی همواره از مهم‌ترین چالش‌های مسیر کارآفرینی به شمار می‌رود. از آنجا که تأمین سرمایه به روش‌های معمول برای کسب‌وکارهای نوپا و دانش‌بنیان نمی‌تواند مؤثر باشد، در دنیای کسب‌وکارهای جدید روش‌های جدیدی برای به‌دست آوردن سرمایه موردنیاز تعریف شده است. «سرمایه‌گذاران فرشته» یا همان Angel Investors نمونه‌ای از این روش‌های تأمین مالی نوین هستند که در سال‌های اخیر در سراسر دنیا به عنوان یکی از روش‌های مطمئن سرمایه‌پذیری برای مجموعه‌های نوپا شناخته شده‌اند. در این روش سرمایه‌گذاری، افراد سرمایه‌دار آشنا به دنیای



سمینارها یا کنفرانس‌های تجاری و صنعتی، انجمن‌های تجاری، جلسات اتاق بازرگانی یا رویدادهای مختلف استارت‌آپی مانند استارت‌آپ‌ویکندها، با استارت‌آپ‌های جوان ارتباط برقرار کرده و در صورت وجود منافع متقابل با بنیان‌گذار کسب‌وکار قراردادی را امضا می‌کنند. پس از نهایی شدن قرارداد و توافق نامه، مبلغ سرمایه‌گذاری برای استفاده شرکت آزاد می‌شود.