

گوشه دنج

خانه خلاق و نوآوری «همارا» پیشگام حوزه نوآوری‌های چندرسانه‌ای

صدا، دوربین، خلاقیت

گاهی اوقات تماشای پشت‌صحنه ساخت فیلم سینمایی یا برنامه تلویزیونی از تماشای خود آن برنامه جذاب‌تر است. در تمام این برنامه‌ها فقط مجری یا بازیگر به صورت مستقیم با بیننده سروکار دارد و اغلب افرادی که وظیفه تهیه و برنامه‌ریزی و ساخت را برعهده دارند، ناشناس باقی می‌مانند. در واقع برای تولید یک فیلم یا برنامه ممکن است تابیش از ۱۰۰ نفر و حتی میلیاردها تومان تجهیزات درگیر باشد؛ یا حتی شاید بارها تجربه کرده باشید که برای اجرای برنامه‌ای فرهنگی یا دانشجویی حتی در ابعاد کوچک، مشکلات بسیاری با این گونه تجهیزات به جهت عدم آموزش اصولی وجود دارد. از این رو به دلیل گستردگی سراسری این شکل از رسانه‌های صوتی و تصویری، فقط افرادی با تخصص و دانش فنی بسیار بالا قادر به شروع و ادامه فعالیت در این حوزه هستند.

گروه «همارا» نیز با تکیه بر دانش متخصصان خود بیش از ۲۰ سال است به عنوان یکی از حرفه‌ای‌ترین مجموعه‌های خصوصی تولیدات چندرسانه‌ای کشور به فعالیت، آموزش و تهیه تجهیزات این حوزه می‌پردازد. به پشتوانه این تجربه، مجموعه همارا از سه سال گذشته به عنوان خانه خلاق و نوآوری همارا مشغول به حمایت از رشد استارت‌آپ‌های حوزه تولیدات چندرسانه‌ای است. به عقیده محمد قندی، مدیرعامل خانه خلاق و نوآوری همارا، پاسخگویی مسائل روز با روش‌های سنتی و متداول به دلیل تغییرات فرهنگی پرشتاب جامعه عملاً ممکن نیست و فقط افرادی می‌توانند به موفقیت برسند که از راهکارهای خلاقانه و کاربردی برای حل مسائل استفاده می‌کنند و خانه‌های خلاق و نوآوری بازیگران اصلی این نوع تفکر در زیست‌بوم نوآوری کشور هستند. در حال حاضر مجموعه همارا در شش بخش اصلی مشغول به ارائه خدمات به مخاطبان خود است؛ این فعالیت‌های عمده شامل تولید برنامه‌های صوتی و تصویری و انیمیشنی، بخش خلاقیت‌های رسانه‌ای شامل استودیو ضبط صدا و تصویر، کارگردانی و سناریونویسی برنامه‌ها در جهت تقویت نشان تجاری و بازاریابی دیجیتال، واحد فروش و خدمات پس از فروش تجهیزات صوتی و واداتی و داخلی و حتی تولید شده در همارا، بخش پشتیبانی ۲۴ ساعته، ارائه فضای کار اشتراکی، آموزش مشاوره و منتورینگ برای استارت‌آپ‌های نوپای فعال در حوزه رسانه و بخش ویژه بانوان برای مخاطبان خود است.

نگاهی به ظرفیت‌های حوزه فناوری‌های زیرساخت میزبانی وب در ایران

میزبان مجازی کسب‌وکار



جواد فیاض

خبرنگار

پیشران

اصلی‌ترین نیاز هر کسب‌وکاری، چه سنتی باشد چه جدید، محیطی برای ارائه محصولات و خدمات به مشتری و استقرار کارکنان است. در کسب‌وکارهای سنتی این محیط می‌تواند مغازه‌ای کوچک یا حتی سوله صنعتی بزرگی باشد. در این نوع کسب‌وکارها ارتباط حضوری و رودررو با مشتری یا حتی جذابیت فضای فیزیکی کسب‌وکار شاید از

تصور اشتباهی که در رابطه با استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای دارای شکل و شمایل جدید وجود دارد، این است که چون این کسب‌وکارها نیاز چندانی به فضای فیزیکی و مسائل مرتبط با آن ندارند، پس راه‌اندازی آسانی دارند و هرکسی می‌تواند استارت‌آپ شخصی خودش را ایجاد کند اما واقعیت این است که استارت‌آپ‌ها نیز الزاماً به محیطی برای ارائه اختصاصی محصولات و خدمات خود نیاز دارند، اما این محیط در فضایی کاملاً متفاوت و در بستری مجازی وجود دارد. برای کسب‌وکارهای جدید، تارنما یا وبسایت در واقع همان قفسه‌های فروشگاه حضوری برای کسب‌وکارهای سنتی است و فضای میزبان بستر وب‌گاه یا به اصطلاح هاست نیز نقش فضای فیزیکی فروشگاه را ایفا می‌کند. هرچند همه استارت‌آپ‌ها نیازمند فضایی برای استقرار نیروی انسانی هستند اما بستر اصلی ارائه محصولات و خدمات آنها همان وب‌گاهی است که در فضایی مجازی و اینترنتی به نام هاست ذخیره شده و قابل دسترسی است.

همقدم با آغاز

در اوایل دهه ۸۰ و همزمان با سرریز افکندن اینترنت در میان عامه مردم بود که برای اولین بار عبارت‌هایی مانند بستر مجازی ارائه خدمات و محصولات در ایران مطرح شد. مجموعه هاست ایران نیز از نیمه دوم سال ۱۳۸۲ با توجه به نیازمندی فضای مجازی آن سال‌ها، به عنوان یکی از اولین درگاه‌های ارائه‌دهنده خدمات دامنه و هاست، طراحی سایت و خدمات اینترنتی در کشور راه‌اندازی شد و در سال ۱۳۸۶ به صورت حقوقی و با نام نوآوران شبکه سبز مهرگان به کسب‌وکار خود رسمیت داد. از آنجا که هاست ایران طی سال‌های فعالیت خود همواره جزو برترین و محبوب‌ترین مجموعه‌های حوزه ارائه خدمات مبتنی بر بستر زیرساخت میزبانی وب بوده، در سال ۱۳۹۸ موفق به اخذ گواهی شرکت خلاق از سوی معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری و در سال ۱۴۰۰ موفق به اخذ گواهی دانش بنیان برای محصولات خود شده است. از روزهای آغازین تولد هاست ایران تا کنون ارائه خدمات میزبانی وبسایت و ثبت انواع دامنه‌های اینترنتی داخلی و بین‌المللی از خدمات

مهم‌ترین عوامل جذب مشتری و مخاطب باشد اما محدودیت‌های مکانی، هزینه‌های بالای سرمایه اولیه خرید و اجاره و حتی هزینه‌های طراحی و چیدمان فضای داخلی مغازه یا سوله صنعتی نیز از جمله دست‌اندازه‌های همیشگی کسب‌وکارها هستند. روند پیشرفت و تکامل این نوع کسب‌وکارها طی سال‌های طولانی به گونه‌ای بوده که راهکارهای مناسبی را برای رفع این دست‌اندازه‌ها فراهم آورده است اما شرایط و دغدغه‌های شروع و گسترش نسل جدید و به‌روز کسب‌وکارها شکلی کاملاً متفاوت از همتای قدیمی‌تر خود دارد.

اصلی‌هاست ایران بوده است. در طول این سال‌ها و با توسعه کلی زیرساخت‌های فضای مجازی در کشور، خدمات متنوعی از جمله ارائه هاست‌های اختصاصی انواع سیستم‌عامل‌ها و زبان‌های برنامه‌نویسی، خدمات دیتاسنتر یا مرکز داده، خدمات و ارائه سرورهای تخصصی مجازی و فضای فیزیکی سرور، خدمات میزبانی فضای ذخیره‌سازی و رایانش ابری، سرویس‌های ارسال انبوه پیامک و ایمیل و حتی بستر کلاس مجازی از جمله خدمات هاست ایران است.

همگام با توسعه، بدون پشتیبان

هاست ایران در طول بیش از ۲۰ سال فعالیت خود میزبان مجازی بیش از ۲۰۰ هزار وبسایت ایرانی بوده و بر اساس آخرین گزارش whtop، از برترین مجموعه‌های رتبه‌بندی حوزه هاست جهان، مجموعه هاست ایران در زمره ۱۰ مجموعه برتر ارائه خدمات دامنه و هاست ایران قرار دارد. به گفته فرشاد اسماعیلیان، مدیرعامل و بنیان‌گذار هاست ایران، هدف همیشگی این مجموعه حمایت از کسب‌وکارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها بوده و در تلاش است تا فرآیندهای کاری پیچیده را تا حد ممکن برای کاربران خود ساده کند. مسائلی مانند رفع مشکلات سایت‌های تحریم‌شده، ارائه خدمات ارزش افزوده و درگاه‌های پرداخت اینترنتی از جمله مواردی است که در هاست ایران با تکیه بر اصول تکمیل زنجیره ارزش راهکاری برای رفع آنها فراهم شده است. همچنین اسماعیلیان در ادامه گفت‌وگو با پیشران اظهار امیدواری کرد که انتظار می‌رود با حمایت دولت از کسب‌وکارها، فرآیندهای اداری مانند اخذ مجوز و رسیدگی‌های مالیاتی و بیمه‌ای ساده‌تر شوند. وی در ادامه افزود: کسب‌وکارهای آنلاین ساده‌ترین و شفاف‌ترین مدل کسب‌وکارها در کشور هستند اما متأسفانه به دلیل نبود آگاهی از نوع کسب‌وکار و چالش‌هایی که دارند با بدترین نوع تعامل از سوی مسئولان ذی‌ربط روبه‌رو می‌شود. این مسائل و مشکلات ریشه‌ای و عمیق روزبه‌روز سبب دل‌سرد شدن صاحبان کسب‌وکارها می‌شود که در نتیجه آن صاحبان کسب‌وکار مدل تجاری خود را به سمتی می‌برند که آنلاین و شفاف نباشد.

دارای‌هایی ارزشمند اما ناشهود

حفاظت از حقوق معنوی و دارایی‌های فکری از پیش نیازهای اصلی برای رشد و توسعه کسب‌وکارهای دانش بنیان است؛ زیرا در این حوزه ماهیت اختراعات به راحتی می‌تواند مورد استفاده غیرمجاز قرار بگیرد اما با ثبت اختراع که سنگ بنا و از کلیدی‌ترین زیرساخت‌های توسعه نوآوری است و مسیر دستیابی به اقتصاد دانش بنیان را تسهیل می‌کند، می‌توان از سوءاستفاده‌های احتمالی جلوگیری کرد. در دوره چهارم معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان، مالکیت فکری به شکل ویژه‌تری در حال حمایت است و براساس راهکارهایی نظیر بهینه‌سازی فضای اقتصادی و بازاریابی فضای تقنینی

تقسیم‌بندی سازمان جهانی مالکیت فکری «WIPO»، به دو دسته اصلی مالکیت صنعتی (تجاری) و مالکیت آثار هنری تقسیم می‌شود. طی دو دهه اخیر، حمایت از حقوق مالکیت فکری در کشور مانیز اهمیت بیشتری پیدا کرده است. حقوقی که شامل حق اختراع، حق نشر، حق تصویر، حق نام تجاری و حق نسخه‌برداری است. این حقوق مانند سایر حقوق مالکیتی به پدیدآورندگان، صاحبان اختراع، ایده‌پردازان و طراحان صنعتی اجازه می‌دهد اثر خود محافظت کنند و با حقی که در اختیار دارند در راستای کسب سود و منفعت از اثر، ایده و محصول خودگام بردارند. در حوزه علم و فناوری نیز

برخلاف تصور اولیه‌ای که از دارایی در ذهن مان نقش می‌بندد، بخشی از دارایی‌های افراد حقیقی و حقوقی دارایی‌هایی از جنس مالکیت فکری است که الزاماً مابه‌ازای فیزیکی ندارد و از جنس ابداعات و دستاوردهای ذهنی است. اختراعات، آثار ادبی و هنری، نمادها، نام و تصاویر مورد استفاده در تجارت و به طور خلاصه، تمامی دارایی‌های ناشهودی که با استفاده از قدرت فکر و ذهن انسان پدید آمده را می‌توان در قالب دارایی‌های فکری تعریف کرد. مالکیت فکری، بنا به

دایره‌المعارف

فراز سهیلی‌آزاد

خبرنگار

پیشران



در این حوزه مورد پیگیری قرار گرفته است. در همین راستا پیش‌نویس طرحی با عنوان توسعه و مدیریت دارایی‌های فکری به کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی ارسال شده است. بدون شک حمایت از حقوق معنوی و فکری در بخش‌های گوناگون علمی و صنعتی، باعث تشویق پدیدآورندگان نوآوری‌ها می‌شود.