

به نام خداوند بخشاینده مهربان



فصل نامه داخلی ایران مال

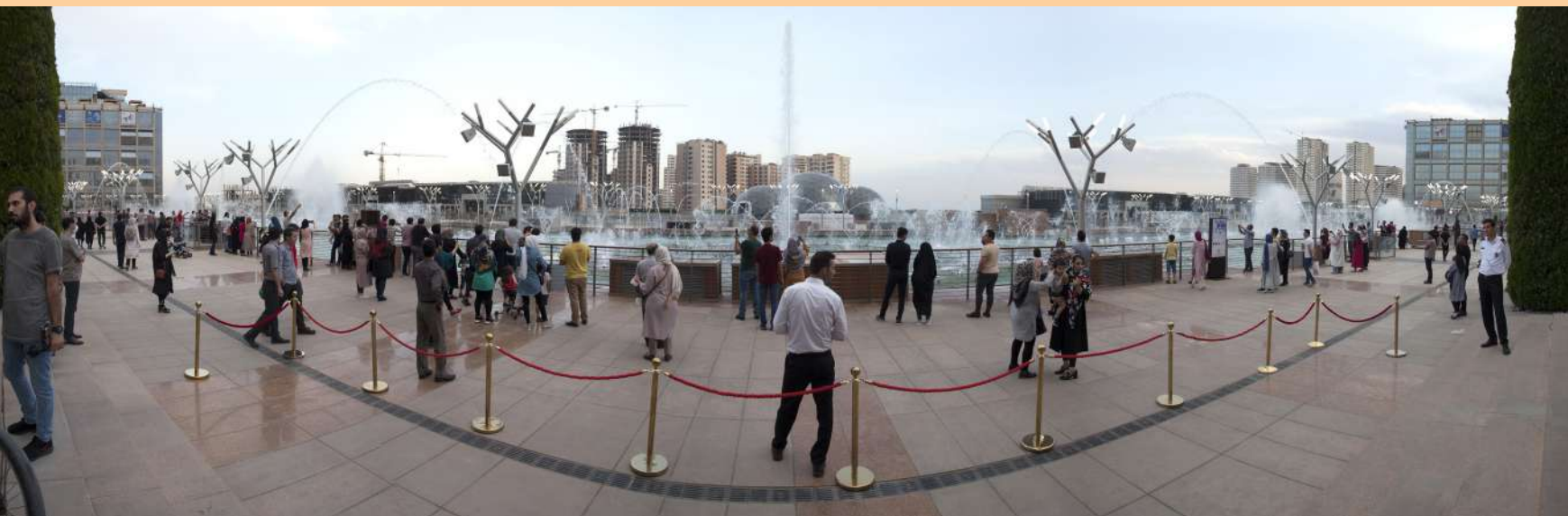
شماره ۳. بهار ۱۴۰۰

[www.iranmall.com](http://www.iranmall.com)



ایران مال

اداره کل روابط عمومی



۲۴ ..... آینده در آینده  
 ۳۰ ..... ورزش علمی تر و جذاب تر همراه با فناوری  
 ۳۲ ..... همه چیز آماده ی میزبانی  
 ۳۶ ..... گفت و گو با جواد انصافی  
 ۳۹ ..... مردم و ایران مال  
 ۴۰ ..... گفت و گو با مدیر نشر ثالث  
 ۴۲ ..... ایران مال یا کافه نادری  
 ۴۴ ..... مشترک مورد نظر در سال ۱۴۰۰ است  
 ۴۶ ..... آئینه ای در برابر عظمت ایران

۴ ..... سرمقاله  
 ۶ ..... حرکت کارناوال نوروزی  
 ۸ ..... سرگرمی و تفریح در مال  
 ۱۰ ..... شکوفایی تئاتر و سینما  
 ۱۲ ..... سرمایه های ارزشمند برای ساختن فردا  
 ۱۴ ..... جایگاه قیمة و آبگوشت در قرن پیش رو  
 ۱۶ ..... خیاط خانه های صفر و یکی  
 ۱۸ ..... عیدی ما به مردم  
 ۲۰ ..... صنعت نمایشگاهی در خدمت نسل آلفا  
 ۲۳ ..... مسجد های ۱۰۰ سال دیگر



**مدیر مسوول: مرتضی عُرقی**

**سر دبیر: حسین سفاری**

**مدیر هنری: محمد مهدی درویشان پور**

**عکس: محمد نوروزی**

**روی جلد: نمای شمالی ایران مال**

**همکاران این شماره:** سید مصطفی حسینی . رسول خوش عقیده . مجید غلامرضایی . هما تقوائی . الهه رضایی . محمد مهزیار زرینه . سید امیر حسین لواسانی مهدی معظمی . مسعود اصغری . حسن حکیم هاشمی رضا خاشعی . مینا نوروزی . مریم ربیعی . مهرنوش بیات فاطمه کلانتری . رسول محمد طاهری



ایران مال

ادواتل روابط عمومی

**فصلنامه داخلی ایران مال**

آدرس دفتر مرکزی

تهران . انتهای بزرگراه شهید همت

بزرگراه شهید خرازی . ایران مال

**اداره کل روابط عمومی**

کد پستی : ۱۴۹۶۹۹۱۶۷۷

تلفن : ۰۲۱ - ۴۶۰۲۵۰۳۸

[www.iranmall.com](http://www.iranmall.com)

[info@imcc.ir](mailto:info@imcc.ir)

[@the\\_iranmall](https://www.instagram.com/the_iranmall)

شمشیر تحریم کند شده باشد که نتواند کاربردی در فضای اقتصادی پیچیده و چندلایه جهان آینده داشته باشد. شاید عجیب به نظر آید اما یکی از خدمات آمریکای اوپاما و پس‌از آن ترامپ به ایران، تحریم کمرشکن نفتی بود که مردم و مسئولان ما را که سال‌ها به زندگی نسبتاً آسوده زیر سایه دلارهای نفتی عادت کرده بودند، به تحرک واداشت و باوجود سختی‌ها و مشکلاتی که بیشتر هم بر طبقات محروم وارد کرد، اتکای نان شب و هوای روزمان را به نفت و فروش آن در بازارهای جهانی به شکل چشمگیری کاهش داد.

حال که عرصه سیاسی و بین‌المللی برای پیشرفت کشور در همه بخش‌ها به‌خصوص عرصه مهم و مغفول اقتصادی آماده‌شده است، باید دید ما به‌عنوان بزرگ‌ترین مجموعه فرهنگی، ورزشی و تجاری منطقه چه نقشی در این حرکت خواهیم داشت؟

در رونق و توسعه مجموعه بزرگ فرهنگی ورزشی و تجاری ایران‌مال در قرن آینده دو موتور محرک می‌توانند نقش عمده‌ای بازی کنند. گردانندگان ایران‌مال و مردمی که قرار است از امکانات ایران‌مال استفاده کنند. اینکه مردم ایران‌مال را خانه خود بدانند و از سرمایه بزرگی که در آن نهفته است حداکثر استفاده را ببرند، ارتباط مستقیمی با نحوه تعامل مدیران و کارکنان مجموعه با مردم به‌عنوان صاحبان اصلی بازار بزرگ ایران دارد. به عبارت بهتر گسترش و کارایی این مجموعه رابطه مستقیمی با چگونگی تعامل مدیران با بازدیدکنندگان و مشتریان دارد و اینکه این مرکز بدانند چگونه می‌خواهد به نیازهای متنوع مشتریان پاسخ دهد. با نگاهی آسیب شناسانه به راهی که ایران‌مال تاکنون طی کرده است به نظر می‌رسد در چهار زمینه تلاش بیشتری لازم است:

۱. ایران‌مال باید بیش از گذشته به فضایی برای مشارکت مردم تبدیل شود: گسترش نظرسنجی‌های علمی و گرفتن پیشنهادهای متنوع برای پاسخگویی به نیازهای نسل جدید و آینده در این زمینه راهگشاست؛ اما توجه عملی به این یافته‌های علمی و بکار بردن آن در سطوح مختلف مدیریتی و اجرایی مال می‌تواند به رسیدن ما به اهداف عالی بنیان‌گذاران مجموعه کمک

## آیا آماده اوج‌گیری در قرن جدید هستید؟

مرتضی غرقس

جمهوری اسلامی ایران در حالی وارد سال ۱۴۰۰ هجری شمسی می‌شود که توانسته ظرف چهل و دو سال اخیر تهدیدها و حوادث زیادی را پیروزمندانه از سر بگذراند. ایران در طلیعه قرن ۱۵ شمسی به‌عنوان یک قدرت سیاسی و نظامی متکی به‌خود در منطقه پرآشوب غرب آسیا حاضر شده است. حضوری که نه تنها برای مردم منطقه هراس آفرین نیست بلکه با دیدن یک قدرت بزرگ متکی بر توان داخلی و بومی و بدون هیچ نشانه‌ای از توسعه‌طلبی‌های مرسوم جهان در آنان آرامش و امنیت، ایجاد می‌کند. شاید به همین دلیل است که باوجود هزینه‌های سر به فلک کشیده برخی کشورها برای کاهش اقتدار ایران، روزبه‌روز بر محبوبیت و نفوذ منطقه‌ای کشورمان، افزوده می‌شود. این حضور قدرتمندانه در سال‌های نه‌چندان دور هدفی دست‌نیافتنی به نظر می‌آمد اما اکنون دیگر کسی در اصل اقتدار ایران در بعد سیاسی- نظامی و جایگاه مردمی این امنیت، تردیدی ندارد.

درواقع در این چهار دهه ایران توانسته با گسترش زیرساخت‌های امنیتی و سیاسی خود زیربنای اساسی توسعه و پیشرفت اقتصادی را بر ریشه‌هایی درون‌زا بنا نهد و اکنون که جهان با سرعتی باورنکردنی به‌سوی تعدد قطب‌های قدرت سیاسی و اقتصادی به‌پیش می‌رود، هرگونه تردیدی را از امکان پذیر بودن توسعه سریع و درون‌زای خود برطرف سازد.

یک برگ برنده برای ایران در مسیر پیشرفت اقتصادی در قرن آینده شمسی، موفقیت جوانان و پژوهشگران ایرانی در دستیابی به فن‌آوری نو و پیچیده است. این امتیاز می‌تواند عاملی مهم در موفقیت اقتصاد کشورمان در سال‌هایی باشد که دیگر یا تحریمی وجود نخواهد داشت و یا آنکه آن‌قدر

شناسان و روانشناسان فرهنگی و متخصصان اداره مراکز چند منظوره جهان به‌طور مداوم بازدیدکنندگان را رصد می‌کنند و با تجزیه و تحلیل رفتار آنان و بازخوردشان درباره وضع مال‌ها درس می‌گیرند. شاید لازم باشد درصد مشخصی از فضای ایران‌مال برای فعالیت‌های آزمایشی در نظر گرفته شود. این فعالیت‌ها باید از داده‌های جمع‌آوری شده در طراحی، اجرا و تحول با سرعت قابل قبول استفاده کنند. از طرف دیگر باید به ، بازدیدکنندگان این فرصت را داد که فناوری‌های جدید را آزمایش کنند، به متخصصان دسترسی پیدا کنند و داده‌های خرید شخصی و ارزیابی محصول را با روش‌های نوین، تجربه کنند.

**۴. تبدیل مال به مراکز ارزش‌ها:** مرکز ارزش‌ها فضایی هستند که هویت آن از ارزش‌های مشترک مصرف‌کنندگان گرفته می‌شود. این ارزش می‌تواند سیاسی، یا یک هویت قومی یا اجتماعی، مانند یک تیم ورزشی باشد و همه بخش‌های مال می‌توانند تجربه‌ای را در این زمینه فراهم کنند. مخاطبان ایران‌مال باید بتوانند در قرن جدید حجم بیشتری از ارزش‌های دلخواه خود را در نقاط مختلف ایران‌مال بیابند. هرچه رد پای ارزش‌های مخاطبان ایران‌مال در نقاط مختلف این مجموعه بیشتر باشد، می‌توان به هدف داشتن مال در تراز جهانی و با نگاهی آینده نگر امیدوارتر بود. شاید هر یک از خوانندگان این سطور بتواند بخش‌هایی را به این پیشنهادها بیفزاید یا با بخش‌هایی به مخالفت برخیزد، اما آنچه مسلم است نگاه مثبت و پیشرو به تحولات آینده می‌تواند هم موجب شکوفایی بیشتر ایران‌مال در فضای جدید به وجود آمده در قرن جدید شود و هم به توسعه و پیشرفت سریع‌تر کشور عزیزمان ایران در شرایط مساعدتر داخلی بین‌المللی قرن جدید کمک کند.

بیشتری کند. در بعد فروش طبق تحقیقات جدید در ده سال آینده دستکم یک‌سوم خرده‌فروشی بر خط یا آنلاین خواهد بود. مارک‌های سنتی پیشرو در مورد چیدمان فروشگاه‌های خود باید مطابق خواست و گرایش مشتریان تجدیدنظر کنند. افزایش گزینه‌های غذا و سرگرمی بیشتر تنها یکی از زمینه‌هاست. استارت آپ‌های دیجیتال در حال گسترش حضور فیزیکی خود هستند، البته با احتیاط و با رویکردی متفاوت از آنچه در این صنعت مطرح شده است. در زمینه فضاهای فرهنگی و ورزشی هم باید بیش از گذشته به خواست استفاده‌کنندگان توجه شود.

**۲. ایجاد جاذبه‌های بزرگ:** باید برای مردم در ایران‌مال تجربه‌های اجتماعی جذاب پدید آورد، شاید پیست اسکیت روی یخ، فضای کتابخانه یا باغ‌های دیدار و ماهان همگی از نظر سخت‌افزاری بخش مهمی از راه را رفته باشند اما این مقاصد گردشگری باید زمینه کشف، تحصیلات و تجربه را برای بازدیدکنندگان به وجود آورند که این مهم با تلاش مضاعف و برنامه ریزی جدید امکان‌پذیر خواهد بود.

**۳. سیال شدن چیدمان فضاها:** مردم





## حرکت کارناوال نوروزی

انتظارات گردشگران است. به همین جهت به سراغ دکتر محمد حسین فرمehینی فراهانی، مدیر هتل و بخش گردشگری ایران مال رفتیم تا از برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات این مدیریت برای استقبال از نوروز با خبر شویم.

آقای فراهانی لطفاً بفرمایید خط مشی اصلی مدیریت هتل و گردشگری ایران مال در راستای فعالیت‌های گردشگری چیست؟

این مدیریت در واقع با هدف بهره‌برداری از ویژگی‌های ارزشمند ایران مال در مسیر گردشگری هدفمند و فایده‌مند بوجود آمده است که هم فواید درون سازمان به دنبال خواهد داشت، هم ملی. به معنایی عام‌تر تلاش در این راستا می‌تواند علاوه بر سودآوری داخلی در ارتقاء سطح اعتبار بین‌المللی کشورمان در میان رقبای گردشگری منطقه و جهان مؤثر واقع شود.

توضیح بفرمایید که اصلاً چرا ایران مال را قطب گردشگری می‌دانید؟

بد نیست بدانیم که امروزه در جهان موضوع گردشگری گونه‌ها و تعاریف فراوانی را تحت سیطره دارد. از جمله آنها می‌توان از گردشگری ورزشی، گردشگری غذا و نوشیدنی، گردشگری علمی، گردشگری زیارتی و ... نام برد. در انواع گردشگری ویژگی‌هایی برای میزبانی تعریف شده است که در این میان «حمل و نقل»، «امکانات

درباره پیدایش نوروز داستان‌ها و روایات بسیاری وجود دارد. در غالب این داستان‌ها که معمولاً افسانه‌ای و اساطیری هستند، پیدایش نوروز به زمان پیشدادیان نسبت داده شده و از جمشید پادشاه مشهور پیشدادی به عنوان بنیان‌گذار نوروز باستانی یاد گردیده‌است. با آنکه مستندات قابل‌اعتنایی از نوروز در این دوره‌ی تاریخی ایران در دست نیست، اما تردیدی نیست که آئین‌های جشن نوروز باستانی حداقل تاریخی هفت هزارساله دارد. آنگونه که از پژوهش‌های محققان پیرامون تطبیق نوروز ایرانی و نوروز قبطی (مصری) برمی‌آید، می‌توان ادعا کرد که نوروز ایرانی در زمان داریوش بزرگ رسمیت داشته و بعد از فتح مصر توسط او در این کشور رواج یافته است.

علی اکبر دهخدا معتقد بود: «نوروز ابتداء بهار و روز اول ماه فروردین است که آفتاب در نقطه اول حَمَل قرار می‌گیرد و روز و شب برابر می‌شود». البته این آیین تنها به شادمانی در نیمه اول فروردین خلاصه نمی‌شده و با سنت‌ها و آداب و رسوم زیادی از جمله چهارشنبه‌سوری، مراسم آب پاشی، انتخاب میر نوروزی و هدیه دادن عجین بوده است. ایرانیان عقیده داشتند که سرنوشت سال پیش روی انسان و جهان در عید نوروز تعیین می‌شود. شاید بتوان ادعا کرد که در عصر ما میهمانی و سفر برجسته‌ترین ویژگی‌های نوروز محسوب می‌شوند.

بسیاری از آیین‌های باستانی در سایه زندگی شهرنشینی یا فراموش شده‌اند یا به ندرت مورد توجه قرار می‌گیرند. شاید همین دو سنت به جامانده از نوروز که یاد شد، بتوانند این میراث معنوی را برای آیندگان این سرزمین حفظ کند.

یکی از جذابیت‌های نوروز دیدار از اماکن تاریخی - فرهنگی و حضور در مراکز خرید نوروزی است. در این راستا یکی از مکان‌های ارزشمند برای گردشگری در همه طول سال به خصوص نوروز، ایران مال بوده‌است. حفظ و ارتقای جایگاه گردشگری ایران مال مستلزم تلاشی شبانه‌روزی برای برآوردن



مدیر هتل و گردشگری ایران مال:

مراسم آیین نوروز با همکاری یونسکو در ایران مال برگزار خواهد شد.



زمان سفر می‌کند و از قلب مدرنیته به عهد باستان می‌رود. حال آنکه ما می‌توانیم در این سازه‌ی ارزشمند گوشه‌چشمی هم به سنت‌ها داشته باشیم. مثلاً در بهار ۹۸ بیش از ۱۰۰ هزار نفر بازدیدکننده روزانه به ایران‌مال می‌آمدند. در تمام قسمت‌های بازار، سفره هفت سین طراحی شده بود و با استقبال از برنامه‌هایی نظیر نمایش عروسکی، موسیقی سنتی، موسیقی اقوام و ... این شادمانی را با هموطنان شریک بودیم. پس همت برای زنده نگه داشتن آیینی مثل نوروز می‌تواند علاوه بر رونق گردشگری به بازآفرینی و انتقال ارزش‌های فرهنگی منجر شود.

### آیا برنامه‌های خاصی برای نوروز ۱۴۰۰ در نظر گرفته‌اید؟

بله، البته ما برای نوروز ۹۹ هم برنامه‌های متنوعی در نظر داشتیم که متأسفانه به دلیل شیوع کرونا محقق نشد و برنامه‌ها از طریق فضای مجازی و رسانه‌ای پخش شد. همانطور که می‌دانید سال گذشته برنامه‌های متعددی برای پخش تلویزیونی در ایران‌مال ضبط شد. اما با وجود اینکه کرونا همچنان وجود دارد با امید به کمرنگ‌تر شدن آن و اتکا به اصول بهداشتی برای نوروز پیش رو برنامه‌های خوب و متنوعی پیش‌بینی شده است تا بتوانیم به صورت حضوری میزبان بازدیدکنندگان باشیم چرا که دلیل مانایی نوروز همین صلح‌رجم و دیدارهاست. ضمن اینکه حدود یک سال است خدمات ناوگان تاکسیرانی ایران‌مال تا حد زیادی رفت و آمد را برای مردم تسهیل کرده‌است. در نظر داریم برای رفاه شهروندان عزیز با تعیین ایستگاه‌هایی در سطح تهران و اختصاص چندین اتوبوس آیتاب و ذهاب را برای گردشگران راحت‌تر کنیم. برنامه‌های شاد و مفرحی مثل نمایش عروسکی، موسیقی اقوام، شاهنامه‌خوانی و ... نیز برای بازدیدکنندگان در نظر داریم. از سویی دیگر سعی داریم طی برنامه‌ای سفیرانی از شهرها و اقوام مختلف را به ایران‌مال دعوت کنیم و انشاءالله روزهای خاصی را به اقوام مختلف اختصاص دهیم تا در آن روز در ایران‌مال حاضر شوند تا بتوانند محصولات و سنت‌های فرهنگی‌شان را به تماشا بگذارند و به همگان معرفی کنند.

اما یکی از برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته که بسیار هم با اهمیت است، مراسم آیین نوروز است که با همکاری یونسکو (سازمان فرهنگی هنری ملل متحد) در ایران‌مال برگزار خواهد شد. این مراسم آیین آغاز حرکت کارناوال نوروزی در مسیر جاده ابریشم است.

اقامتی، «غذا و نوشیدنی»، «جاذبه گردشگری» و «خدمات» ویژگی‌های مشترک تمام گونه‌ها به شمار می‌آیند. ما در ایران‌مال تمام این ویژگی‌ها را داریم و معتقدیم یکی از اهداف ساخت ایران‌مال جدا از وجه اقتصادی، معرفی تاریخ و فرهنگ ایرانی است که تنها در صورت رونق گردشگری محقق خواهد شد. طراحان و سرمایه‌گذاران ایران‌مال برای جامه عمل پوشاندن به این مقصود مجموعه‌ای از فرهنگ، هنر، تاریخ، نوآوری، ورزش، تجارت و ... را در کالبد معماری ایرانی با هم آمیخته‌اند. ساخت هتل ۵ ستاره، پردیس سینمایی، بازار سنتی، کتابخانه جندی‌شاپور، باغ ماهان، باغ دیدار، پیست یخ، سالن بولینگ، مجموعه نمایشگاهی و ... از جمله نموده‌های این تلاش است.

### استقبال از عید باستانی نوروز را تا چه اندازه در رونق گردشگری مؤثر می‌دانید؟

آیین‌هایی مثل نوروز و سنت‌های عجین شده با آن، که به گونه‌ای از شب یلدا آغاز می‌شود و تا اواخر فروردین ادامه دارد، از طرفی محرکی است برای سفر و از طرفی دیگر بهانه‌ای است که به کمک گردشگری می‌تواند ارزش‌های ملی و حتی مذهبی ما را زنده نگه دارد. برای مثال گردشگرانی که به مکانی مثل ایران‌مال سفر می‌کنند، می‌توانند سیری از تمدن ایرانی - اسلامی را در معماری شگفت‌انگیز ایران‌مال از نزدیک ببینند و این موضوع فراتر از پر کردن اوقات فراغت است. در این میان هستند گردشگرانی که از کشورهای دیگر با فرهنگ‌هایی متنوع به ایران سفر کرده‌اند و ضمن بهره‌مندی از امکانات گردشگری این مجموعه، با فرهنگ غنی و کهن سال کشورمان آشنا می‌شوند. گردشگری که از باغ دیدار تا کتابخانه جندی‌شاپور قدم می‌زند در واقع در تونل



**هدف ساخت ایران‌مال جدا از وجه اقتصادی، معرفی تاریخ و فرهنگ ایرانی است.**



## سرگرمی و تفریح در مال

نویسنده: سیفو ماگکوپا

خرید در استان «گاوتنگ» در کشور آفریقای جنوبی تعریف شده است. این مرکز خرید ۱۵۵ واحد دارد که در آن‌ها محصولات تجاری، لوازم خانگی، انواع خدمات و سرگرمی ارائه می‌شود.

در این بررسی بازدیدکنندگان با هدف‌های گوناگونی از جمله: خرید (لباس، خواروبار، لوازم خانگی و...)، رفتن به رستوران و کافه، رفتن به سینما، پاساژ گردی یا تماشای ویدیو، انجام قراردادهای ملاقات، مشارکت در کمپین‌های تبلیغاتی، مشارکت در برنامه‌ها و رویدادهای برگزار شده توسط مرکز خرید، استفاده از خدمات بانکی و ... همچنین تفریح و سرگرمی در مراکز خرید حضور می‌یابند. نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که مشتریان مراکز خرید صرفاً برای جستجو و خرید محصولات خاص از مراکز خرید بازدید نمی‌کنند. مطابق جدول فوق تنها ۴۳ درصد از دلایل بازدیدکنندگان خرید در حوزه‌های مختلف عنوان شده است و مابقی دلایل بازدیدها در قالب انجام یک فعالیت سرگرم کننده قابل تفسیر است. فعالیت‌هایی که لذت را از تجربه خرید توأمان فراهم می‌کند، این یافته‌ها نشان می‌دهد که بازدیدکنندگان برای اهدافی مانند خوردن غذا و نوشیدنی در کنار دوستان و

افزایش شهرنشینی باعث شده تا افراد در محیط‌های کوچک‌تری زندگی کنند و نیاز به فضاهای عمومی و اجتماعی بیش از پیش احساس شود. بدیهی است مراکز خرید در این بین نقش مهمی را ایفا می‌کنند. امروزه مراکز خرید دیگر به عنوان یک محیط صرف برای خرید پذیرفته نیست، شاید تولد دوباره‌ای در این خصوص مورد نیاز باشد و به طور قطع در آینده‌های نزدیک با توجه به تأثیر ویروس کرونا بر زندگی انسان‌ها با الگوهای جدیدتری مواجه خواهیم شد. مراکز خرید بیش از ۹۰ سال است که نقش مهمی را در حوزه خرده‌فروشی ایفا می‌کنند و در طی زمان برای پاسخگویی به نیازها، خواسته‌ها، ارزش‌ها و سبک زندگی جدید مصرف‌کنندگان سازگار شده‌اند؛ بنابراین، درک دلایل بازدیدکنندگان از مراکز خرید و فعالیت‌هایی که در هنگام بازدید از مراکز تجاری انجام می‌دهند، ضروری است. بدیهی است درک این دلایل، می‌تواند به تقسیم‌بندی انواع مصرف‌کنندگان منجر شود تا از این طریق کمک شایانی به توسعه استراتژی‌های ارتباطی در حوزه بازاریابی نماید. این امر می‌تواند نهایتاً منجر به افزایش مشتری‌های بیشتر برای بازدید از مراکز خرید شود.

در مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۶، «سیفو ماگکوپا» مدرس دانشگاه آفریقای جنوبی به بررسی درک دلایل بازدیدکنندگان از مراکز خرید پرداخت. مورد مطالعه مرکز خریدی با مساحت ۷۴ هزار و ۲۲۰ متر مربع یکی از موفق‌ترین مراکز



**۴۳ درصد بازدیدکنندگان، برای خرید به مال می‌روند و دیگران به دنبال تفریح و سرگرمی هستند.**



یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که مراکز خرید اکنون به‌عنوان مکان‌هایی شناخته می‌شوند که تجربه خرید راحت را فراهم می‌کنند و برای فعالیت‌های مختلف به مراکز اجتماعی و امکانات تفریحی تبدیل شده‌اند.

در همین راستا توصیه می‌شود، مدیران مراکز خرید خرده‌فروشان را انتخاب کنند که محصولات متنوعی به منظور پاسخگویی به نیازهای بازدیدکنندگان در مرکز خرید ارائه دهند و علاوه بر این، برنامه ریزان مراکز خرید نیز باید شرایط ویژه‌ای برای صرف غذا و نوشیدنی در مراکز خرید فراهم کنند که نشان از اهمیت فودکورت‌ها و رستوران‌ها در مراکز خرید دارد. همچنین با توجه به اهمیت برنامه‌های سرگرم کننده، خرده‌فروشان در مراکز خرید بایستی برنامه‌های تبلیغاتی و رویدادهای جذابی را برای بازدیدکنندگان تدارک ببینند تا آن‌ها را وادار به بازدید بیشتر از مراکز خرید نمایند.

همچنین مدیران مراکز خرید می‌توانند با برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی فروش، نمایشگاه‌های مختلف و یا مسابقات باعث افزایش دفعات مراجعه بازدیدکنندگان شوند. این در حالی است که ظهور تجارت الکترونیک و آنلاین باعث شده است تغییراتی در دیدگاه مصرف‌کننده نسبت به خرید پدید آید تا جایی که بازدیدکنندگان بیشتر به دنبال ایجاد یک تجربه سرگرم کننده باشند.

همچنین مراکز خرید باید بیشتر به فکر حفظ ارتباط با مشتری باشند و نسبت به خریدهای آنلاین با امکان تجربه های سرگرم کننده تمایزهای اساسی ایجاد نمایند تا مشتریان حضور در مراکز خرید را نسبت به خرید آنلاین ترجیح دهند.



خانواده، تماشای فیلم در سینما و قرار ملاقات با دوستان و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، نگاه کردن به ویتترین **Window Shopping** و... در مراکز خرید حضور پیدا می‌کنند. طبق این مطالعه ۵۷ درصد از دلایل حضور در مراکز خرید مربوط به سایر فعالیت‌های مرتبط با خرید است. همچنین در این مطالعه دفعات حضور بازدیدکنندگان در مال بررسی شد و نتایج به شرح جدول زیر است:

۱۵%	خرید لباس و اکسسوری
۱۳%	خرید خواربار
۷%	خرید لوازم خانگی
۸%	خرید وسائل آموزشی
۱۴%	خوردن غذا
۹%	خوردن نوشیدنی
۸%	رفتن به سینما
۹%	قرار ملاقات با دوستان
	فعالیت‌های اجتماعی و جشن‌ها
۲%	قرار با مشتری / ملاقات کاری
۷%	نگاه کردن به ویتترین‌ها
۵%	آپدیت بودن در زمینه مد
۳%	سایر خدمات



## شکوفایی تئاتر و سینما

جدیدی اکران شده و روزنامه نیویورک تایمز از اواسط ماه مارس (اسفند ۹۸) که کرونا در جهان شایع شد، تاکنون بیش از ۴۶۰ فیلم جدید نقد کرده است.

باوجوداین تا همین اواخر، به جز چند مورد خاص، هیچ کدام از این فیلم‌ها، فیلم‌های پرهزینه‌ای که صنعت هالیوود بر پایه آن‌ها می‌چرخد، نبودند. حال باگذشت یک سال از آغاز همه‌گیری کرونا شرایط در حال تغییر است؛ فیلم‌های پرهزینه و بزرگ نیز به گیشه فروش اینترنتی آمده‌اند.

کمپانی والت دیزنی ماه گذشته لایو اکشن ۲۰۰ میلیون دلاری «مولان» را در سرویس پخش اینترنتی روبه رشد خود یعنی دیزنی پلاس عرضه کرد. فیلم روح از کمپانی پیکسار هم در تاریخ ۲۵ دسامبر امسال -۵ دی ۹۹- در همین سرویس اکران شد. از سویی دیگر در هالیوود پنجره‌های اکران به‌وضوح در حال تغییر هستند. تمام تغییراتی که در صنعت فیلم‌سازی شاهد هستیم، قرار بود اتفاق بیفتد. این تکامل حالا فقط سریع‌تر از سیر طبیعی خود در حال روی دادن است. چیزی که

عده‌ای از کارشناسان صنعت سینما و تئاتر بر این باورند که با شیوع کرونا روند تغییرات اساسی در این صنعت زودتر از زمان پیش‌بینی شده کلید خورده است. همه‌گیری ویروس کرونا همچنان ادامه دارد و رخدادی که تمام ابعاد زندگی بشر را از هنر تا صنعت تحت تأثیر قرارداد، ممکن است برخی ابعاد پرمخاطب چون سینما را برای همیشه دگرگون کند. برخی تغییرات در صنعت جهانی سینما از مدت‌ها پیش مطرح شده بود و روندی چندساله برای عملی شدن آن در نظر گرفته می‌شد اما دوران همه‌گیری به آن سرعت داد تا آن را برای همیشه متحول کند.

روزنامه نیویورک تایمز روز ۱۰ اکتبر ۱۹۱۷ هم‌زمان با شروع موج دوم شیوع آنفولانزای مرگبار اسپانیایی، با تیتراژ «تا پایان آنفولانزا از فیلم جدید خبری نیست» منتشر شد. حالا یک قرن بعد، با شیوع یک همه‌گیری دیگر، صنعت فیلم بار دیگر در برهه‌ای حساس قرار گرفته است. این بار مشکل کمبود فیلم‌های جدید نیست؛ باوجود سرویس‌های پخش اینترنتی و تئاترهای مجازی و حقیقی، در دوران کرونا هر هفته فیلم‌ها و تئاترهای



تحولات مثبت صنعت فیلم با وجود همه‌گیری کرونا سرعت پیدا کرده است.

ماند.»

سرتیپی معتقد است، تغییراتی مثل کم شدن زمان اکران فیلم‌ها، افزایش فیلم‌ها و حتی نمایش سریال‌ها در سال آینده رخ خواهد داد اما حس سفر کردن هیچ‌گاه از بین نخواهد رفت. در بحث افزایش فناوری هم در آینده شاهد تغییرات گسترده‌ای در تولید، پخش، سالن و یا اکران در فضاهای دیگر خواهیم بود.

به گفته رئیس کانون پخش کنندگان سینمای ایران، در بخش تولید نیز به شدت نیازمند کارهای جدید هستیم تا براساس زبان‌های مشترک با دیگر ملت‌ها سخن بگوییم. در حال حاضر سینمای کشورهای شرق آسیا و ترکیه در حال ورود قدرتمند به عرصه بین‌المللی هستند و ما نیز در این بین باید حرفی برای گفتن داشته باشیم؛ باید محصولات مشترک و اکران‌های جهانی داشته باشیم تا از پس هزینه‌های تولید فیلم برآییم. همچنین با توجه به حضور ایرانیان در کشورهای مختلف باید موانع اکران فیلم‌های ایرانی در سایر کشورها با ورود به قرن جدید برطرف شود.

مدیر پردیس سینمایی ایران‌مال با اشاره به اهمیت مقوله فرهنگ برای دولت‌ها معتقد است که در قرن آینده نیز همچنان سینما ابزاری مهم برای حکومت‌ها باقی خواهد ماند، و مثال بارز آن را هالیوود می‌داند که همچنان در خدمت سیاست بین‌المللی آمریکاست. سرتیپی آینده سینمای شرق را روشن می‌داند و می‌گوید: سینمای مشرق زمین می‌تواند جایگزین شایسته‌ای برای هالیوود باشد و این مهم می‌تواند با تلاش بیشتر محقق شود.

قرار بود بین ۳ تا ۵ سال طول بکشد حالا طی یک سال به وقوع پیوسته است.

به این بهانه علی سرتیپی تهیه‌کننده سینما، رئیس کانون پخش کنندگان سینمای ایران و مدیر پردیس سینمایی ایران‌مال میهمان فصل نامه حجره بود تا تصویر روشن‌تری از آینده سینما ترسیم کند. وی در ابتدا با اشاره به تأثیر همه‌گیری کرونا و به‌ویژه صنعت سینما اعلام کرد: «بسیاری از تهیه‌کنندگان سینما در این مدت به‌سوی ساخت سریال‌های خانگی تغییر مسیر داده‌اند اما برای سالن‌های سینما نمی‌توان کاری کرد چراکه هزینه‌های ثابت آن پابرجاست و بالاترین صدمه را سالن‌های سینما مواجه شدند.» وی در بیان تغییرات صنعت سینما در قرن آینده افزود: «قطعاً سینما تبدیل به تفریح لوکس ارزان خواهد شد و سینماهای تک سالن و بی کیفیت از این چرخه حذف خواهند شد ولی هیچ جایگزینی نمی‌تواند جای سالن سینما را برای مردم پر کند چراکه حس و حال باهم فیلم دیدن، باهم خندیدن و باهم گریه کردن برای مردم همچنان لذت‌بخش است. ضمن اینکه سینما رفتن همچنان یک سفر کوتاه و کم‌هزینه برای خانواده‌ها باقی خواهد



مدیر پردیس سینمایی ایران‌مال:

سینمای مشرق زمین می‌تواند جایگزین شایسته‌ای برای هالیوود باشد.





کارکنان شرکت تجارت ایران مال، نیروهای فعال، متخصص، مجرب، با اخلاق و از همه مهم‌تر علاقه‌مند به فعالیت در سازه تمدنی ایران مال هستند. در حوزه منابع انسانی، افتخار ما این است که از خدمات اقسشار مختلف جامعه با تنوع سنی، جنسیت، تحصیلات و تجارب گوناگون بهره می‌بریم.

• آیا نیروهای کار استخدام شده در ایران مال از مجراهای آموزشی گذر می‌کنند؟

می‌توان گفت مفهوم آموزش تمام تلاش‌هایی را که موجب ارتقاء سطح دانش و مهارت‌های شغلی افراد می‌شود را در برمی‌گیرد. در شرکت تجارت ایران مال دو نوع آموزش انجام می‌گیرد: «آموزش پیش از خدمت»، «آموزش ضمن خدمت» و «آموزش قبل از خدمت» برای برخی مشاغل مانند رانندگان تاکسی بازار بزرگ ایران از طریق آموزش‌های درون سازمانی و برون سازمانی انجام می‌گیرد. در داخل سازمان از خدمات آموزشی موسسه آموزش عالی آزاد اندیشه معین و خارج از سازمان از آموزش‌های سازمان تاکسیرانی بهره می‌بریم. نوع دوم «آموزش حین خدمت» که به آموزش ضمن خدمت هم معروف است. باور داریم آموزش کارکنان نباید به شرکت در کلاس و کارگاه محدود شود، بلکه هر فرد باید بتواند آموخته‌های خود را در راستای اهداف سازمان به کار بندد و به دیگران نیز بیاموزد. ارزیابی عملکرد کارکنان پس

## سرمایه‌های ارزشمند برای ساختن فردا

جای تردید نیست که امروزه بقا و تعالی سازمان‌ها در گرو موفقیت مؤلفه‌ای به نام مدیریت سرمایه‌ی انسانی است. به گونه‌ای که در فقدان مدیریت مناسب، حتی سازمانی با منابع انسانی دغدغه‌مند و شاداب، به سازمانی بیمار و غیرپویا مبدل خواهد شد. شاید در نگاه اول جذب همکاران جدید، آموزش، ارزیابی عملکرد و پرداخت پاداش و به طور ویژه ایجاد محیطی سالم و منصفانه برای کارکنان از فعالیت‌های منابع انسانی جلوه کند، اما اگر بخواهیم تعریفی عمیق‌تر از وظیفه معاونت منابع انسانی داشته باشیم، می‌توان گفت این معاونت قرار است کمک کند تا سازمان، در افق زمانی بلندمدت، با کمترین هزینه، حداکثر کارایی را از کارکنان برای حرکت در راستای اهداف استراتژیک سازمان، کسب نماید. سازمانی نظیر ایران مال که طیف وسیعی از مشاغل و تخصص‌ها را در بر گرفته است نیازمند مدیریتی هدفمند و پویا است تا بتواند علاوه بر تضمین کارکرد صحیح و حمایت از ذی‌نفعان خود، با تمام توان برای چشم‌اندازی هوشمندانه آماده شود. همگام شدن سرمایه‌ی انسانی با برنامه‌ریزی‌ها و تصمیمات راهبردی سازمان، مدیریتی یکپارچه و دانش‌محور را می‌طلبد که اتفاقاً این تقسیم مسئولیت از بدو تأسیس ایران مال صورت گرفته است. با طرح چند پرسش به سراغ رضا مصباح معاون سرمایه‌ی انسانی و توسعه مدیریت شرکت تجارت ایران مال رفتیم تا از چشم‌انداز این معاونت برای ورود به سال جدید مطلع شویم.

• لطفاً در ابتدا بفرمایید که معاونت سرمایه انسانی ایران مال چه کسانی را همکار تلقی می‌کند؟ آیا دسته بندی رسمی و خاصی وجود دارد؟

قطعاً با پیشرفت روزافزون تکنولوژی و وجود بازارهای رقابتی میان مجتمع‌های چندمنظوره، ایران‌مال نیز به دنبال استفاده از فن‌آوری‌های روز دنیا است. در چنین فضایی اهمیت نیروی انسانی متخصص و مسلط دانش روز دنیا دوچندان است. از این رو، به آن دسته از کارکنان که علاقه‌مند به پیشرفت شغلی هستند، توصیه می‌شود برای یادگیری، توسعه فردی و ارتقاء دانش و مهارت، نهایت تلاش خود را به کار ببندند.

### با توجه به قرار گرفتن در آستانه‌ی سال ۱۴۰۰ شمسی، چشم‌اندازی برای آینده تعریف کرده‌اید؟

چشم‌انداز معاونت سرمایه‌ی انسانی و توسعه مدیریت یک نگرش سرمایه‌ی به کارکنان سازمان است. از این رو تلاش می‌کنیم با توسعه کار تیمی و افزایش مشارکت کارکنان در فعالیت‌های گروهی و تدوین استراتژی‌های شفاف به این آرمان جامه عمل بپوشانیم. پس از هیچ کوششی در جهت بروز توانمندی‌ها و شایستگی‌های کارکنان، تأکید بر امر آموزش مستمر، فراهم نمودن فضای مناسب به منظور ایجاد انگیزه و استفاده بهینه از الگوها و مدل‌های مختلف برنامه‌ریزی منابع انسانی و توسعه فرهنگ، فروگذار نخواهیم کرد.

### راهکارهای مدیریت منابع انسانی برای چابک‌سازی سازمان چه بوده است؟

با عنایت به سیاست‌های سازمان در خصوص چابک‌سازی واحدها، تلاش کردیم تا با تهیه ساختارهای سازمانی، از نیروهای انسانی موجود حداکثر استفاده را نماییم. در واقع با ساماندهی نیروهای انسانی با مشارکت مدیران محترم شرکت، اقدامات ارزشمند و قابل توجهی در این زمینه انجام گرفته است. همچنین با برنامه‌ریزی‌های انجام گرفته و اقداماتی مانند جابه‌جایی‌های شغلی و ... توانستیم نیازهای واحدها و شرکت‌ها را به نیروی انسانی، رفع کنیم و در واقع از نیروی انسانی موجود، استفاده حداکثری نماییم.

### آیا فروشندگان و پیمانکاران فعال در مجموعه را نیز همکار می‌خوانید؟

از نظر ما مجموعه پیمانکاران، مستأجرین، فروشندگان مصالح و یا هر سازمان، اداره یا فردی که در ساخت و بهره‌برداری از این پروژه عظیم مشارکت دارند، همکار ما هستند. قطعاً یک پروژه ملی با تلاش یک شرکت یا تعداد محدودی کارمند ساخته نمی‌شود، بلکه یک اراده عمومی، همکاری، هم‌افزایی و اتحاد ملی برای ساخت چنین پروژه‌های وجود دارد. البته یک نگاه تخصصی هم وجود دارد که مربوط به رابطه استخدامی کارکنان و مباحث مربوط به اداره کار و بیمه است.



از یادگیری و توسعه مهارت و نظرسنجی از مدیران، حکایت از اثربخشی این آموزش‌ها دارد.

### برنامه‌های رفاهی را تا چه اندازه در افزایش تعلق سازمانی موثر می‌دانید؟ تاکنون چه اقداماتی با این هدف توسط این معاونت صورت گرفته است؟

توافقات متعددی با بانک آینده و فروشگاه‌های بازار بزرگ ایران صورت گرفته و در راستای افزایش قدرت خرید کارکنان، خرید از فروشگاه‌های بازار بزرگ ایران به صورت اقساطی پیش‌بینی شده است. در زمینه ارائه خدمات بیمه کارکنان، خدمات بیمه‌های تکمیلی درمان، عمر، حوادث و خودرو برای همکاران در نظر گرفته شده و رضایت آنان را تا حدودی برآورده ساخته است. البته در زمینه رفاه، برنامه‌ریزی‌های دیگری هم انجام شده که پس از پشتیبانی‌های مالی و فراهم آمدن زیرساخت‌های فنی، اجرایی خواهد شد.

### به نظر شما ایران‌مال در قرن آینده، متکی بر تکنولوژی خواهد بود یا نیروی انسانی؟



**مصباح، معاون سرمایه‌های انسانی ایران‌مال:**  
آموزش کارکنان به شرکت در کلاس و کارگاه محدود نیست؛ آموخته‌ها باید در راستای اهداف سازمان به کار بسته شود.

وابسته به خاک را تنها با کمی هزینه‌های زیست‌محیطی زنده نگه خواهد داشت. همچنین ممکن است با بازگشت به یکی از منابع مهم پروتئین در گذشته مواجه شویم.

فائو، سازمان خواروبار و کشاورزی سازمان ملل متحد، چندی پیش در گزارشی اعلام کرد: دو میلیارد نفر در جهان از حشرات تغذیه می‌کنند. اگرچه از نظر خیلی از ما خوردن حشرات چندان آوار است، اما حشرات سرشار از چربی، پروتئین، فیبر و مواد معدنی هستند. علاوه بر این خوردن حشرات نسبت به خوردن دام با محیط‌زیست سازگارتر است. مزه برخی از حشرات بسیار شبیه محصولات است که هم اکنون می‌خوریم مثل: سیب، گوشت خشک‌شده، بادام زمینی یا ماهی.

از سوی دیگر جنبش گیاهخواران، انتشار گازهای گلخانه‌ای و صید بیش از حد آبریزان دریایی باعث شده تا شرکت‌های دانش‌بنیان با استفاده از سلول‌های بنیادین به ساخت گوشت‌های آزمایشگاهی بپردازند تا بتوانند جایگزین مناسبی برای پروتئین‌های حیوانی ایجاد کنند. پیشنهادهای به‌ظاهر منطقی و البته حیرت‌آوری نیز از سوی متخصصان تغذیه مطرح می‌شود که از این میان می‌توان به: جلبک‌ها، تولید غذاهای زنده با استفاده از چاپگرهای سه‌بعدی، قهوه‌های جویدنی، غذاهای بهینه‌شده با موسیقی و تغییرات ژنتیکی، نوشیدنی‌هایی با عنوان غذای کامل و البته غذاهای فشرده نام برد.

همه این‌ها نمی‌تواند به درستی تعیین کند که بالاخره قیمة و آبگوشت سهم کنونی خود را در سبد تغذیه ما ایرانیان حفظ خواهند کرد یا نه؟ سعید محمودی ۵۵ ساله مدیر شعبه رستوران «هانی» در ایران مال است او ۲۵ سال از عمر خود را در صنعت غذا گذرانده است. محمودی در پاسخ به سوال ما معتقد است: همانطور که در گذشته آبگوشت و قیمة بر سر سفره‌های ایرانی بوده در پنجاه سال آینده نیز خواهد ماند.

وی ادامه می‌دهد: بسیاری از غذاهای ایرانی در گذر زمان تغییر کرده‌اند مثلاً آبگوشت ۵۰ سال پیش با آبگوشت امروزی قابل مقایسه نیست و این برگرفته از تغییرات ذائقه نسل‌هاست. حذف شدن چربی و نمک فراوان و اضافه شدن ادویه‌های جدید گواهی بر این مدعاست. همان‌گونه

## جایگاه «قیمة و آبگوشت» در قرن پیش‌رو!

بدون شک «آبگوشت غذای لذیذی است»، اما آیا این آبگوشت لذیذ و غذاهای سنتی مشابه می‌توانند در قرن آینده نیز همچنان محبوب بمانند؟ این روزها و در آستانه سده‌ای نو، بر آن شدیم که بدانیم ذائقه بشر در قرن آینده چگونه خواهد بود و آیا «آبگوشت» همچنان برند غذای ایرانی خواهد ماند؟

### غذاهای آینده بشر

تنها یک چیز را می‌توان با اطمینان، گفت: شام ۵۰ سال آینده هیچ شباهتی به شامی که دیشب و پریشب خورده‌ایم نخواهد داشت! راه‌های متنوعی وجود دارد که ذهن ما را به یک میز شام پنجاه سال آینده نزدیک کند.

مسیر صنعتی استفاده از فناوری‌های پیشرفته یکی از مهم‌ترین و پیچیده‌ترین راه‌های نیل به این هدف است که از میان آزمایشگاه‌ها و نقشه‌های دی‌ان‌ای می‌گذرد. در این مسیر به پروتئین‌های تاکنون ناشناخته‌ای برخورد خواهیم کرد که در گوشت‌های غیر حیوانی وجود خواهند داشت، جلبک‌هایی را خواهیم دید که به کره تبدیل شده‌اند و حتی شاید مجبور شوید یک میز غذای پررنگ و لعاب را تنها با یک بطری نوشیدنی مملو از ترکیبات غذایی موردنیاز جایگزین نمایید.

البته یک مسیر آرام‌تر و کم‌دردرتر نیز وجود دارد، مسیری طبیعی‌تر و کمتر کنترل‌شده توسط فناوری، که سیستم کنونی ما را به سمت یک بازخوانی سوق می‌دهد. در این مسیر دانه‌های خوراکی باستانی را خواهید دید که به خاطر استفاده از ریشه‌های عمیق و سود بردن از خاصیت رشد آن‌ها، از تاریکی بیرون کشیده می‌شوند، روشی که امید به انجام کشاورزی





**شاید مجبور باشید یک  
میز غذای پررنگ و لعاب را  
تنها با یک بطری نوشیدنی  
مملو از ترکیبات غذایی  
مورد نیاز جایگزین کنید.**

باید اقرار کرد با وجود ثابت بودن ذائقه مردم در این روزها، میزان سفارش غذا کم شده است.

پیش‌بینی این فرآیند در ایران با در نظر گرفتن چندین مؤلفه فرهنگی و اعتقادی، کار چندان مشکلی نیست! در چند دهه اخیر با ورود انواع فست فودها و غذاهای شرقی و غربی ذائقه ایرانیان کماکان هویت ایرانی و سنتی خود را حفظ کرده است. قرن چهاردهم علیرغم همه چالش‌های خود اعم از جنگ، قحطی، بیماری و رشد فناوری، آینه شفافی از قرن جدید خواهد بود، و در یک کلام چشمه‌های جوشان فرهنگ مردم، در هر زمان و شرایط مسیری را به سوی هویت ایرانی به خصوص در باره غذا و ذائقه خواهد یافت. به این ترتیب می‌توان ادعا کرد که حداقل تا ۵۰ سال آینده «قیمه و آبگوشت» همچنان غذای لذیذ ایرانیان خواهد بود.

که گوشت پنجاه سال پیش با گوشت امروزی متفاوت بوده و این در طعم غذا اثر گذاشته‌است، گوشت‌های آینده هم قطعاً متفاوت از امروز خواهند بود.

وی با اشاره به علاقمندی نسل‌ها به غذاهای متفاوت می‌گوید: پدران ما آبگوشت خور بودند نسل ما تغییر کرده و ما اغلب کباب و خورش خور شدیم و بچه‌های ما نیز به سمت فست فودها گرایش پیدا کرده‌اند اما همه این‌ها به معنی آن نیست که غذاهای امروزی از سبد غذایی قرن آینده حذف شود.

مدیر شعبه هانی در ایران‌مال گریزی هم به کرونا زد و با اشاره به عرضه ۳۰ مدل غذای اصلی و مکمل در این رستوران، به آثار روزهای کروناپی در صنعت غذا پرداخت و افزود: ما حتی قبل از شیوع کرونا هم در رعایت موارد بهداشتی بسیار مراقب بودیم و این روزها حساسیت ما بیشتر هم شده است، البته

که به سرعت این موضوع را در آثار خود گنجانند، بخش مُد و لباس بود. عواملی که پیشگویی‌های کلیشه‌ای را از پنجره‌ی پیش رو می‌زداید رویارویی با اتفاقات متحیرکننده در دنیای مدرن است که به‌طور قابل توجه‌ای با فن‌آوری احاطه شده است. شاید اگر ادعا کنیم که به دلیل طرفدار بودن دنیای مُد، تلاش در پیش‌بینی عرصه طراحی و مُد در آینده بیشتر از جامعه مهندسی خواهد بود، اغراق نکرده باشیم. از سوی دیگر ورود اینترنت نیز بهانه‌ای شده است تا به تحولات دنیای مُد و لباس سرعت ببخشد. از رابطه مستقیم «اقتدار یافتن فن‌آوری و رسانه‌ها» با «افزایش میزان مصرف‌گرایی انسان» می‌توان این نتیجه را گرفت که دنیای پوشاک در قرن پیش رو الزاماً متکی بر رفع نیاز بشریت نخواهد بود و بیشتر متبلور از قدرت رسانه‌هاست. البته هم‌اکنون هم تا حدی شاهد این ارتباط مؤثر هستیم اما روند سریع‌تر نوآوری چشم‌اندازها را با پیچیدگی بیشتری مواجه می‌کند. همان‌گونه که اختراع چرخ‌خیاطی صنعت پوشاک را به‌سوی الکترونیکی شدن کشید، امروزه هم استفاده از ربات‌ها برای برش و دوخت پارچه، استفاده از نرم‌افزارهای رایانه‌ای یا همان «صفر و یکی» برای طراحی لباس و تعبیه آینه‌های «وی آر» - که بدون پوشیدن لباس در رختکن‌ها تصویر آن را روی بدن شما نمایش می‌دهند - نشان از چیرگی فن‌آوری بر صنعت مُد دارد.

شاید شنیده باشید که لباس‌های تولیدشده با فن‌آوری، ارتباط مستقیمی با ثبت اطلاعات بیومتریک انسان دارد. در سال‌های اخیر لباسی تولیدشده است که به ذخیره‌سازی داده‌هایی می‌پردازد که از بدن انسان دریافت می‌کند. این نوع لباس مورد استقبال تیم‌های ورزشی قرار گرفته تا متخصصین تغذیه از طریق اطلاعات دریافتی از بدن ورزشکاران بتوانند برنامه‌ریزی بهتری را برای ورزشکاران انجام دهند. پس روشن است که تحولات این صنعت گام را از مُد نیز فراتر خواهد گذاشت و می‌تواند به یاری علوم و فعالیت‌های بشر بشتابد.

یکی دیگر از جنبه‌های مُد توجه به ویژگی‌های ظاهری به‌ویژه الگوها و رنگ‌هاست که به روند تولید محصولات جهت می‌بخشد. امروزه نوآوری‌هایی همچون چاپگرهای سه‌بعدی



## خیاط‌خانه‌های صفر و یکی

باید اذعان داشت که گمانه‌زنی درباره پدیده‌های انسانی یکی از زمینه‌های پیشرفت و رفاه بشر بوده است. با این حال پیش‌بینی‌های معقول از عرصه‌های تولید، توزیع و مصرف پوشاک در سال‌های آتی کاری بس تخصصی و پیچیده است. شاید هم بتوان برای تصور آینده از حصار منطق فراتر برویم و با تخیلی سیال به پیش‌بینی بپردازیم.

پویش پیش‌بینی آینده‌ی صنعت تولید و بازار پوشاک، حرکتی تازه نیست. تقریباً بیش از صدسال است که این پویش در جهان مطرح‌شده و در جریان است. پویش آینده‌نگری یا همان فوتوریسم (Futurism) در سال ۱۹۰۹ میلادی در ایتالیا آغاز شد. به مکتب فوتوریسم مکتب سنت‌شکن آینده‌نگر نیز گفته می‌شود. هرچند سوژه بحث ما فوتوریست‌ها نیستند ولی جالب است بدانیم که این پویش در ذیل آرمان‌هایی نظیر آینده‌نگری درباره مردم، برای مردم بودن، دست یافتن به کمال ذهن و روح انسانی پدید آمد. این موضوع در سال‌های ابتدایی قرن بیستم به‌عنوان موضوعی نوظهور و جالب در آثار مجسمه‌سازان و نقاشان تجلی یافت؛ اما یکی از بخش‌هایی



لباس‌های آینده دوخته دست ربات‌ها و چاپگرهای سه‌بعدی است.





کنار بگذارند و فراتر از نظاره‌گران در این فرآیند باشند، بهتر است سرنخ‌های تغییر مُد و گرایش مصرف‌کنندگان را بیابند.

با توجه به این‌که همواره جمعیت جهان در حال افزایش و منابع طبیعی رو به کاهش است این نیاز حس می‌شود که با نگاهی معکوس از بازار عرضه به سمت تولید گام برداشت تا پیش از هزینه‌ی منابع سطوح تقاضا را فعالانه رصد کرد. این موضوع همت می‌طلبد که بتوانیم به‌جای سنگ زدن به‌قطار در حرکت نوآوری، سوار بر آن شویم و در مرتفع کردن نیاز نسل تازه، آن‌گونه که انتظار می‌رود عمل کند. این همت می‌تواند با تمرکز بر بومی‌سازی صنعت تولید پوشاک و موفقیت در کسب پایگاه معتبر در بازار جهانی عینیت پیدا کند.

شاید خرده‌فروشی‌های سنتی دیگر توان برآوردن نیاز و تقاضای دنیای امروز را نداشته باشند و گرد هم آمدن فروشگاه‌ها در مراکز تجاری برآمده از همین تحولات بنیادین باشد. اما آنچه تفاوت میان مال‌ها و مراکز تجاری را برجسته می‌کند محدوده فعالیت‌ها و محدوده جغرافیایی یا همان «وسعت بازار هدف» است. اکنون شاهدیم که دیگر مجموعه‌ای مثل ایران‌مال فقط شامل فروشگاه‌ها نیست، بلکه با گرد هم آوردن اصناف و توجه خاص به تولید ملی سعی بر آن دارد که با انعطاف و آگاهی به پهای نیاز اجتماعی حرکت کند. بهره‌مندی از فن‌آوری و آموزش نیروهای کار متخصص مکمل تحولات پیش رو خواهد بود. امید آن می‌رود که سال ۱۴۰۰ شمسی آغاز عصر شکوفایی صنعت و تجارت ایرانی و درنهایت سربلندی اقتصاد کشورمان باشد.

تولید را سریع‌تر، آسان‌تر و ارزان‌تر و مسیر را برای طراحان نوظهور هموار کرده‌اند. پیش‌بینی این مفروض سخت نیست که در سده‌ی آینده چاپ سه‌بعدی نقش بزرگی در مُد ایفا خواهد کرد. چراکه وظیفه‌ی تولید قطعات کوچک و بزرگ را در زندگی روزمره به عهده خواهد گرفت و جایگزین برش و دوخت پارچه‌ها برای ایجاد شکل یا طراحی خواهد شد. این امر می‌تواند صرفه‌جویی در منابع را هم به دنبال داشته باشد چراکه با این اوصاف دیگر چیزی به نام اضافات پارچه و الیاف وجود نخواهد داشت.

گذشته از تغییر ادوات تولید، تغییر سلیقه انسان‌ها نیز یکی دیگر از عوامل مؤثر در تغییر سبک پوشش و ورود تازه‌ها به بازار پوشاک است. کاملاً روشن است که نسل غرق در فناوری دیگر محدودیت‌های پیشین را نمی‌پسندد و همواره در جست‌وجوی شالوده‌شکنی است. این تحولات تنها در مُد خلاصه نمی‌شود و به‌طور کلی دائماً مشغول بازتولید فرهنگ است. باین‌وجود این تغییرات خواه‌ناخواه در اشیاء تجسم خواهند یافت. از این استدلال می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که اگر فعالان حوزه مد و پوشاک قصد دارند انفعال را



**فعالان حوزه مد و پوشاک باید سرنخ‌های تغییر مُد و گرایش مصرف‌کنندگان را بیابند.**

### پرهام شاه ولی، ۲۷ ساله

اپلیکیشن ایران مال

با توجه به سرعت پیشرفت تکنولوژی انتظار می‌رود حضور ایران مال در فضای مجازی پررنگ‌تر شود و یک اپلیکیشن قوی برای این منظور طراحی شود تا ضمن سهولت اطلاع و استفاده از امکانات، برنامه‌های هیجان انگیزی را برای مشتری تدارک ببینید. این کار موجب می‌شود بنده به عنوان مشتری با هر بار رجوع به آن ترغیب شوم و بازدید و خرید از اینجا را به دیگران نیز پیشنهاد بدهم.

### میلاد امیرزاده، ۲۵ ساله

اپلیکیشن ایران مال

طراحی برنامه کاربردی ایران مال و راه اندازی سیستم باشگاه مشتریان و اختصاص آفرهای ویژه به آنان قطعاً می‌تواند باعث ایجاد انگیزه و حس وفاداری در مخاطبان شود. البته طرح‌های خوبی تاکنون اجرا شده ولی انتظار از ایران مال بسیار بیشتر است.

### آرمینا والی، ۲۶ ساله

توسعه فروش آنلاین

در حال حاضر در عصر دیجیتال قرار داریم و رقابت شدیدی میان فروشگاه‌های آنلاین و مراکز خرید حضوری در گرفته است. به نظر بنده مراکز این چینی به خصوص ایران مال با امکانات غیر تجاری گسترده‌ای که دارند باید در فضای مجازی فعالیت چشمگیری داشته باشد و به جذب مخاطب بپردازد. چرا که پس از شیوع ویروس کرونا و ایجاد محدودیت‌ها، فروشگاه‌های آنلاین مورد توجه مردم قرار گرفتند و شاید در آینده نیز چالش‌هایی شبیه به این پیش بیاید. البته فروشگاه‌های مجازی هرگز نمی‌توانند جوابگوی نیاز مردم به تفریح، معاشرت و ورزش باشند. ایران مال با امکانات وسیع خود در این زمینه و به خصوص فضای باز بام می‌تواند در همه جا بی‌رقیب باشد.

## عیدی ما به مردم

مردم به عنوان عیدی از ایران مال چه می‌خواهند؟

توجه به نیاز و انتظار امروز و آینده مراجعان کاری است که ایران مال در راستای احترام و تعهد به مخاطب در اولویت برنامه‌های خود قرار داده است. حال سوال مهم این است که چطور می‌توان احساس خوشنودی را در بازدیدکنندگان بیشتر کرد؟

چه امکانات و تحولاتی بازدیدکنندگان را ترغیب می‌کند تا ایران مال را برای بازدید و برنامه‌ریزی اوقات فراغت خود برگزینند؟ آنچه مسلم است اینکه هدف مردم از مراجعه به یک مرکز تجاری دیگر صرفاً برطرف کردن یک نیاز خاص نیست، در واقع انتظار و توقع مردم از این مراکز تغییر کرده است.

مال‌ها با طراحی جذاب و مردم‌پسند و امکانات متعدد خود، پذیرای افرادی شده‌اند که نه فقط برای خرید، بلکه برای تعاملات اجتماعی در آنها قدم می‌گذارند. این طرز استفاده و برنامه‌ریزی برای استفاده از مال، یک رویداد اجتماعی است که معنای جدیدی را به کارکرد مال‌ها افزوده است. مجتمع‌های چندمنظوره برای حفظ رضایت بازدیدکنندگان باید خود را با تحولات جامعه و تغییر انتظار مخاطب همراه سازند و هر روز به تولدی دوباره بیاندیشند. برای دریافت دیدگاه‌های مردمی و انتظارات آنان از ایران مال در سال نو به بخش‌های مختلف مجموعه رفتیم و پای صحبت مردم نشستیم. از آنان پرسیدیم که دوست دارند عیدی ایران مال در سال ۱۴۰۰ به آنان چه باشد؟



### یک بازدیدکننده خانم، ۳۲ ساله

گسترش خدمات خودروپی

از آنجا که زندگی مردم به شکلی شده که برنامه‌ریزی برای زمان و استفاده هر چه بهتر از آن بسیار مهم است، گسترش خدمات خودروپی با تبلیغات مناسب و سطح دسترسی وسیع در ایران‌مال را پیشنهاد می‌کنم. چون من به عنوان بازدیدکننده فقط یک روز غیرکاری در هفته دارم. اگر چنین خدماتی در مجموعه فراهم شود با سپردن اتومبیل شخصی به آنان، با آسودگی خاطر، زمان بیشتری برای بازدید از مجموعه خواهیم داشت.

### یک بازدیدکننده آقا، ۴۰ ساله

بخش اختصاصی ناتوانان حرکتی

خدمت بزرگی است که این مجموعه توجه خاصی هم به سالمندان و افراد ناتوان حرکتی دارد و طراحی‌های متنوعی برای آنان انجام داده است. با این حال خواشمندیم امکانات حمل و نقل افراد ناتوان در داخل ایران‌مال به گونه‌ای افزایش یابد که آنان بتوانند از تمامی بخش‌ها بازدید و استفاده کنند و مهمتر اینکه در خواست داریم بخش‌های ویژه و اختصاصی هم برای آنان به وجود آید.

### امیررضا اسکندری، ۳۶ ساله

تکمیل تاسیسات ورزشی

اینطور که شنیده‌ام بخش‌های مختلف ورزشی و تفریحی در بام ایران‌مال در حال ساخت است. به نظر بنده بهترین اقدام در حال حاضر این است که روند اتمام این بخش‌های ناتمام را تسریع کنند. تاسیسات ورزش همگانی در کنار دیگر امکانات ایران‌مال می‌تواند از مزیت‌های منحصر به فرد ایران‌مال باشد.

### شاهین ملک‌زاده، ۲۴ ساله

ایستگاه مترو ایران‌مال

حیف است که وسیله دسترسی به امکانات فراوان ایران‌مال تنها خودرو شخصی یا تاکسی باشد. چقدر خوب است وسایل حمل و نقل عمومی به خصوص مترو هم مردم را به ایران‌مال برسانند چرا که موجب دسترسی آسان مردم کمتر برخوردار به این مجموعه با ارزش می‌شود. مشخصاً دوست دارم عیدی من در سال ۱۴۰۰ یک ایستگاه مترو در مجاورت ایران‌مال باشد.



## صنعت نمایشگاهی در خدمت نسل آلفا

دکتر رامین سمیع زاده  
مدیر مرکز نمایشگاهی بازار بزرگ ایران

دستورالعمل‌های برگزاری رویدادهای نمایشگاهی را بازنویسی کنند. این تغییرات بدین معنی است که نمایشگاه‌های آن دوران، باید حتما مطابق با ذوق و سلیقه و سبک زندگی آن نسل، برنامه‌ریزی، مدیریت و اجرا شود. اگر چنین نشود، ضربه بزرگی به شالوده این صنعت بزرگ وارد خواهد شد.

### نسل آلفا (Generation Alpha) چه کسانی هستند؟

افراد این نسل متولدین بین سال‌های ۲۰۱۰ الی ۲۰۲۵ (۱۳۸۹ الی ۱۴۰۴ شمسی) هستند، که مسن‌ترین آنها ۱۰ ساله و جوان‌ترین آنها هنوز به دنیا نیامده است. تمام نوزادان، کودکان و بچه‌های پیش دبستانی در این نسل گنجانده می‌شوند. بیش از دو و نیم میلیون نفر از نسل آلفا در هر هفته در سراسر جهان چشم به جهان می‌گشایند و تخمین زده می‌شود که تا سال ۲۰۲۵ (۱۴۰۴ شمسی) تعداد آنها به دو میلیارد نفر برسد. نسل آلفا نخستین نسل بشر است که تمام زمان زندگی خود را به صورت کامل تحت تسلط تکنولوژی سپری خواهد کرد. سال ۲۰۱۰، همان سالی است که آی‌پد برای اولین بار به بازار عرضه شد. نسل آلفا تنها نسلی است که تمام زندگی خود را وقف توجه به مادی‌گرایی و سواد تکنولوژیک

در طول تاریخ بشر، سرعت در تغییر هم از نظر فناوری و هم از نظر جامعه‌شناسی، هرگز سریع‌تر از حال حاضر نبوده است؛ این امر به ویژه در صنعت نمایشگاهی اتفاق افتاده و نمایشگاه را از یک پدیده فیزیکی به مفهومی فیزیکی - مجازی تبدیل کرده است. این تغییر از پلتفرم فیزیکی به مجازی تأکید جدیدی بر لزوم کاربرد روزافزون فناوری‌های جدید است. همانگونه که زمانی استفاده از گوشی تلفن همراه، اپلیکیشن‌های پیام‌رسان، وای‌فای، اینترنت و ... حتی در مخیله مردم نمی‌گنجید، ممکن است امروز نیز استفاده از این تکنولوژی‌ها در برگزاری رویدادهای نمایشگاهی وهم و خیالی بیش به نظر نیاید حال آنکه تمامی این فناوری‌ها، در آینده‌ای نه‌چندان دور محقق و اجرایی خواهند شد.

دور از انتظار نیست که تا ۳۰ سال دیگر، رویدادها و نمایشگاه‌ها در سراسر دنیا با حضور نسل آلفا (Generation Alpha) برگزار شود. گفتنی است برای جلب نظر نسل آلفا، برگزارکنندگان باید



متولدان بین سال‌های ۱۳۸۹ الی ۱۴۰۴ شمسی، زندگی خود را به صورت کامل تحت تسلط تکنولوژی سپری خواهند کرد.

تا از مرزهای جغرافیایی عبور کند تجربه کاملاً جدیدی به ما می‌دهد که فراتر از تصور و تخیل ما است. علاوه بر این، هوش مصنوعی (AI) مرز بین «فیزیکی» و «مجازی» را کمرنگ و کمرنگ‌تر خواهد کرد و همه رویدادها را تبدیل به وقایعی می‌کند که تاکنون توسط بشر تجربه نشده‌اند.

#### ۵ هوش مصنوعی (AI)

تا سال ۲۰۵۰، هوش مصنوعی یک فناوری فراگیر خواهد بود که تقریباً تمام جنبه‌های مدیریت رویداد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از تدارکات، فروش بلیط، رزرو محل برگزاری و حمل و نقل و مدیریت شرکت‌کنندگان تا نرم‌افزارهای هوشمند شناسایی چهره با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری عمیق - می‌تواند روابط غرقه‌دار و شرکت‌کننده را به طور کامل تغییر دهد.

هوش مصنوعی این توانایی را دارد که ارتباطات و مذاکرات بین فردی را برای هر دو طرف، چه در فضای واقعی و چه در فضای مجازی، تبدیل به یک مذاکره برد-برد و سودبخش نماید. بعلاوه، تقریباً هر فعالیتی را که مشارکت‌کننده در طول رویداد انجام می‌دهد، اندازه‌گیری خواهد کرد. داده‌ها این امکان را به شرکت‌های غرفه‌دار می‌دهند تا بتوانند قبل از اینکه مشتریان درخواست خود را ارائه دهند، درخواست‌ها را به کمک تجزیه و

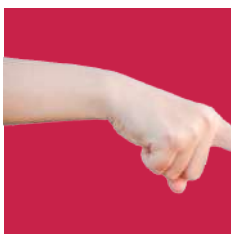
برای به اوج رساندن شکوه این سیاره خواهد کرد. نسل آلفا تجربه زندگی با هوش مصنوعی (Artificial Intelligence) را شکل خواهد داد.

از آنجا که در حال حاضر اکثر والدین در سراسر دنیا تک فرزندی را انتخاب می‌کنند، نسل آلفا دارای منابع و امکانات بیشتر است و تحصیلات دانشگاهی برای اغلب آنها در دسترس خواهد بود. بر اساس تحقیقات موسسات معتبر حسابداری و مالی، انتظار می‌رود که نسل آلفا در بین تمامی نسل‌های بشر دارای بیشترین طول عمر و ثروت باشد.

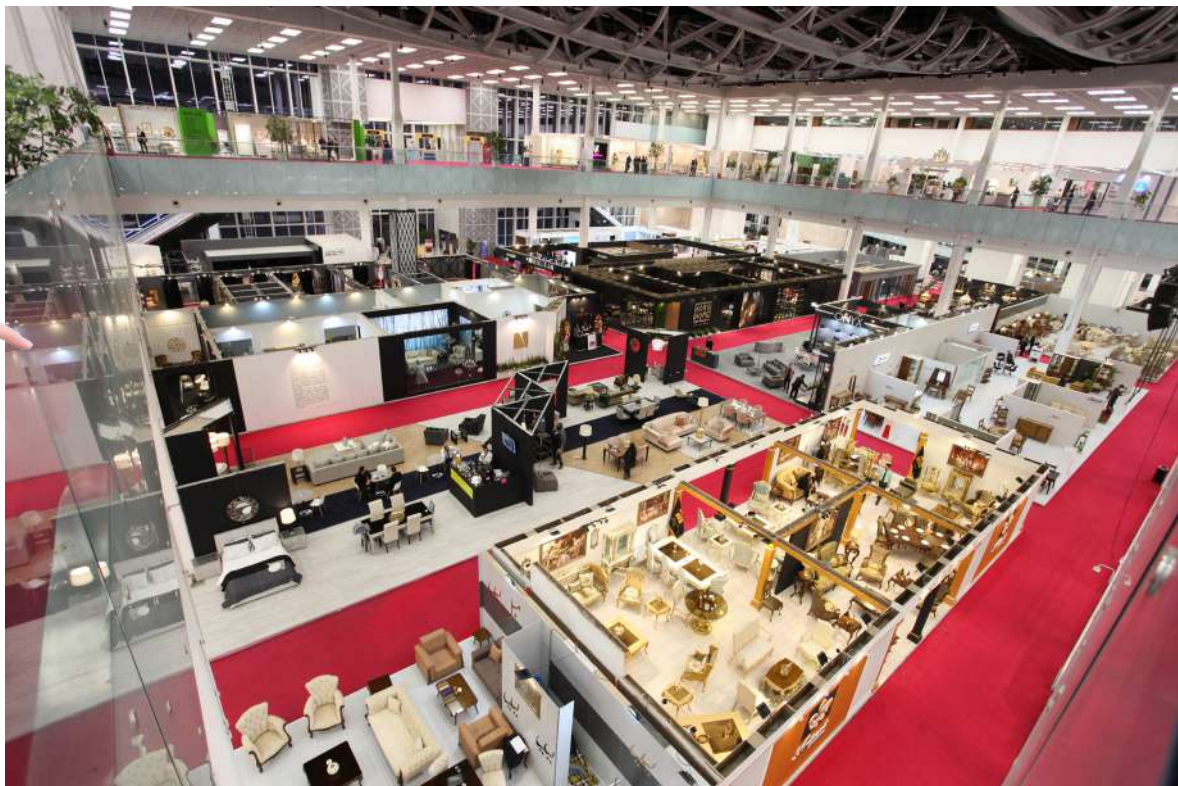
اینکه نسل آلفا چگونه نمایشگاه‌های آینده را تجربه خواهد کرد، سوالی است که باید با اشاره به هر یک از رشته‌های فناوری‌های نوین از جمله هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، انقلاب رباتیک، واقعیت افزوده و واقعیت مجازی درباره آن توضیح دهیم.

#### ۶ رویدادهای هیبرید (Hybrid Events)

رویدادهایی هستند که فضای فیزیکی و سایبری را به هم پیوند می‌دهند و هر یک مکمل دیگری هستند. تا سال ۲۰۵۰، رویدادهای هیبریدی امری عادی خواهد بود. اگرچه ممکن است جلسات هماهنگی برای برگزاری یک رویداد نمایشگاهی در یک محیط فیزیکی برگزار شود، اما این موضوع مشخصه اصلی رویداد نخواهد بود. جلسات مجازی به رویداد اجازه می‌دهد



تابلوهای راهنمای  
نمایشگاه‌های آینده  
بنابر نیاز هر یک از  
بازدیدکنندگان، مسیرهای  
متفاوتی را نشان می‌دهند.





تحلیل‌ها پیش‌بینی و به آنان عرضه کنند.

### اینترنت اشیا (Internet Of Things):

امروزه شبکه دستگاه‌های «هوشمند» بصورت روزافزون در حال افزایش است. پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۵۰، تقریباً هر شیء یا جسمی که در یک رویداد نمایشگاهی با آن روبرو شویم هوشمند، متصل و طراحی شده برای پیش‌بینی و پاسخگویی به نیازهای شرکت‌کننده باشد. از تابلوهای راهنما که بنابر نیاز هر یک از بازدیدکنندگان، مسیرهای متفاوتی را نشان می‌دهند گرفته تا اپلیکیشن‌هایی که به شما یادآوری می‌کنند جلسه بعدی شما چیست و چه مدت زمان لازم است تا به محل مد نظر برسید. فناوری اینترنت اشیا هر نوع برنامه‌ریزی دستی و اشیای فیزیکی را از رده خارج می‌کند و تمامی اطلاعات در حافظه‌ای که در گوش میانی شما کار گذاشته شده است ذخیره شده تا هر زمان که شما اراده کنید بازیابی شود.

### انقلاب رباتیک (Robotic Revolution)

تا سال ۲۰۵۰، تعداد قابل توجهی از مشاغل رویدادهای نمایشگاهی را ربات‌ها انجام خواهند داد. این ربات‌ها در سالن‌ها و راهروها مستقر می‌شوند و به راهنمایی بازدیدکنندگان و پاسخ به پرسش‌های آنان خواهند پرداخت. انقلاب رباتیک از آنچه فکر می‌کنیم به ما نزدیکتر است.

### واقعیت افزوده (Augmented Reality)

فناوری تحول آفرین بعدی است که هر شرکت بزرگ در جهان به توسعه و کاربرد آن علاقه‌مند است. در حال حاضر، دنیای فیزیکی و دیجیتال ما، در بیشتر موارد، مفاهیمی جداگانه هستند. AR قدرت تلفیق زندگی روزمره ما با یک تجربه دیجیتالی را دارد. اهمیت واقعیت افزوده AR برای رویدادهای نمایشگاهی در بازی‌سازی (Gamification) یک رویداد نمایشگاهی نهفته است؛ به عبارت دیگر، واقعیت افزوده، رویداد نمایشگاهی را به تجربه‌ای سرگرم‌کننده و جذاب برای بازدیدکنندگان تبدیل می‌کند به گونه‌ای که مدت زمان بیشتری را به بازدید از نمایشگاه و مشاهده غرفه‌های مختلف اختصاص دهند.



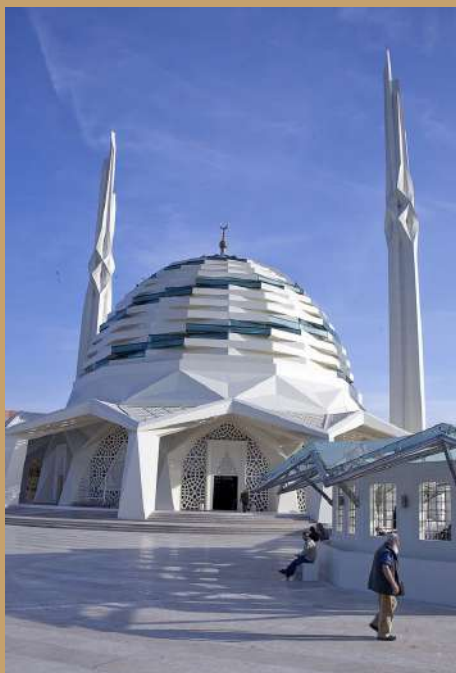
رویداد نمایشگاهی با بازی سازی به تجربه‌ای سرگرم‌کننده و جذاب برای بازدیدکنندگان تبدیل می‌شود.

### واقعیت مجازی (Virtual Reality)

به عنوان یک فناوری، کاربرد واقعیت مجازی در رویدادهای نمایشگاهی بسیار هیجان انگیز است و این قدرت را دارد تا بازدیدکنندگان را به خارج از سالن نمایشگاه هدایت کند، محصولات را به صورت مجازی برای آنان ملموس سازد و الگوی بازاریابی محصولات تجاری را کاملاً تغییر دهد. واقعیت مجازی حتی به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که از راه دور رویدادها را تجربه کنند و بدون صرف وقت و هزینه‌های مسافرت، اسکان و حمل و نقل از رویداد نمایشگاهی به‌طور کامل بهره‌برداری کنند.

ناگفته نماند زمانی که نسل آلفا (Generation Alpha) وارد دنیای تجارت شود، طبق سبک زندگی خود، قطعاً از تکنولوژی مدرن و دنیای مجازی استفاده خواهد کرد و این مساله، لزوم برگزاری رویدادهای نمایشگاهی منطبق بر سبک زندگی این نسل و استفاده از فناوری‌های نوین مجازی را صد چندان می‌کند.

مرکز نمایشگاهی ایران‌مال نیز چون گذشته با تاکید بر توسعه فعالیت‌های تحقیق و توسعه R&D و آینده پژوهشی به ویژه در حوزه‌های مرتبط در مسیر ایجاد زیرساخت‌های لازم، گام برمی‌دارد و امید است به عنوان اولین کانون‌سنتر یا مرکز اجتماعات کشور بتواند همگام با پیشرفت‌های روز دنیا، خدمات ویژه به کلیه ذینفعان خود به خصوص مجریان برگزاری نمایشگاه‌ها و بازدیدکنندگان از رویدادها ارائه کند.



## مسجدهای ۱۰۰ سال دیگر!

از مسجدی معلق در آسمان تا ربات مکبر و خدایی که همین نزدیکی است

بهرام فتاحی

مسئول فرهنگی مسجد محمد رسول الله (ص)

من شیرینه و همیشه یاد اون اولین نماز جماعت که با پدرم رفتم می‌افتم. موقع سجده داشتم از کف شیشه‌ای مسجد زمین تا افق بی‌نهایت پیدا بود. خونمون، درختان و خیابونا همه مثل یه نقاط ریز به نظر می‌اومد. هوا تمیز و همه چی کیفیت فول اچدی داشت. دیگه چند سالی هست که کسی از سوخت‌های فسیلی استفاده نمی‌کنه. بعد نماز با انگشتم یه اشاره جلوی صورتم کردم و یه صفحه تاج بلوری تشکیل شد تا یه صفحه قرآن هر روزمو بخونم... رسیدم به این آیه که می‌گفت: «لقد كنت في غفلة من هذا فكشفنا عنك غطاءك...» که یه صدای آروم شبیه صدای محمد ابوزید تو گوشم پیچید و بعدش صدای زنگ گوشیم... چشمامو باز کردم و دیدم اذان صبح شده و اون صدا هم صدای اذان مسجد نزدیک خونموئه که از مناره‌ها پخش می‌شد. من خواب بودم و خواب هم دیدم اونهم یه خواب مسجدی و رباتیک. تنها چیزی که از حال و هوای این خواب با من مونده اینه که احساسی درباره کم یا زیاد شدن فاصله خدا با ما در این خواب نداشتیم. به قول سهراب سپهری چه اون موقع و چه حالا «خدایی که همین نزدیکی است» با مهربانی تمام به ما نگاه می‌کند!!!!

نزدیک اذان ظهر بود. با یکی دو تا از دوستانم که همیشه باهم بودیم می‌خواستیم بریم سمت مسجد تا سر موقع به نماز اول وقت برسیم. کمی از زمین بلند شدیم تا به نیروی جاذبه زمین غلبه کنیم. آروم سوارماشین پرنده شدیم و حرکت کردیم. یه میکرو چیپ کوچیک همیشه تو گوش ما بچه مسجدیا بود که تا حرکت کردیم اذان شد و ازین میکرو چیپ صدای آروم اذان تو گوشم طنین‌انداز شد. الان دیگه ما مثل قدیمیا حتما لازم نیست بریم مسجد سر کوچه. از فهرست مسجدها و زیارتگاه‌های ایران یکی رو انتخاب می‌کنیم. ماشین پرنده می‌تونه ما رو ظرف کمتر از یک دقیقه جلوی همون مسجد یا زیارتگاه پیاده کنه. دیگه خیلی سال‌ها بود که اذان فقط از مناره‌ها و بلندگوهای مساجد پخش نمی‌شه. ضمن اینکه شما می‌تونید با ماشین پرنده خودتون رو به منطقه‌ای برسونید که الان توش نماز اول وقت رو می‌خونن. ما مسجدی رو انتخاب کرده بودیم که چند سال پیش تو ارتفاع سه هزار متری از سطح زمین ساخته شده بود. مسجدی سراسر شیشه‌ای و البته دیجیتالی. آخرهای اذان بود که بلورهای درخشان مسجد از دور پیدا شد. ما هم سرعت رو کم کردیم و در روزی که آسمون خوب بود و خبری هم از ترافیک نبود، وارد مسجد شدیم.

رفتیم سمت وضوخانه و نشستیم رو صندلی‌های الکترونیک برای وضویی با حداقل مصرف آب. بعد وضو پلک زدیم و یکهو خودمونو داخل صحن مسجد دیدیم. حاج‌آقا اقامه رو شروع کرده بود. یه ربات دیگه ایستاده بود کنار منبر تا مکبری کنه. برنامه‌شو با حرکت چشمام رو یکی از صداهای دلخواه خودم تنظیم کردم. ایستادیم و با فشار پا رو به کلید تاج زیر پا هامون یه مهر از زیر سطح شیشه‌ها اومد بیرون. نماز جماعت همیشه برای

چند



عزیزمان نقش خود را ایفا نماید.

### راهی که آمده ایم

بانک آینده به استناد مصوبه یک هزار و یکصد و سی و هفتمین جلسه شورای پول و اعتبار، از ادغام بانک تات، مؤسسه اعتباری صالحین و مؤسسه اعتباری آتی، با سرمایه پایه هشت (۸) هزار میلیارد ریال؛ در تیرماه سال ۱۳۹۱ شکل گرفت.

متعاقباً، بانک آینده، بر اساس مجوزهای صادره از سوی بانک مرکزی ج.ا.ایران و سازمان بورس و اوراق بهادار؛ تحت شماره ۴۴۲۳۲۵ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۸۹۴۸۷۸، در تاریخ ۹۲/۵/۱۶ به ثبت رسید. بانک آینده از مجموعه بیش از ۱۷ هزار سهامدار، پس از طی مراحل لازم، در تاریخ ۱۲ اسفند ۱۳۹۳ موفق به اخذ مجوز فعالیت از بانک مرکزی ج.ا.ایران گردید.

در حال حاضر، بانک آینده با مجموعه‌ای از نیروی انسانی توانا، در قالب یک بانک تجاری خصوصی و با راهبرد حضور مؤثر و کارآمد در حوزه‌های خدمات بانکداری: خرد، تجاری، مؤسسه‌ای و خدمات بانکداری اختصاصی در بستر آخرین دستاوردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، با ۲۷۵ شعبه در سراسر کشور، مشغول فعالیت است.

گسترش بانکداری مجازی، تمرکز بر فعالیتهای بانکداری بین‌الملل، حرکت در جهت تشکیل مؤسسه مالی مادر تخصصی چندمنظوره، افزایش مستمر بهره‌وری سرمایه‌های انسانی و قدرت خلاقیت، تخصص و تعلق سازمانی آن‌ها، مهندسی فرآیندها و کاهش قیمت تمام‌شده محصولات و خدمات برای مشتریان، هم‌زمان با افزایش کیفیت آن‌ها و به‌طور کلی ارزش‌آفرینی مستمر و در حد اعلا برای تمام گروه‌های ذی‌نفع بانک، از استراتژی‌های بنیادین تأسیس این بانک است. ارزش‌آفرینی برای مشتریان، تشخیص نیازهای آشکار و پنهان آن‌ها و پاسخ‌گویی مؤثرتر و سریع‌تر از رقبا به این نیازها، در راستای تأمین حقوق سهامداران و تحقق راهبردهای کلان کشوری، نیز از جمله اصول پذیرفته‌شده سهامداران و مدیریت بانک آینده است.

بانک آینده، در تلاش است؛ در قالب یک بانک تجاری پایبند به اصول و اخلاق حرفه‌ای و تخصصی بانکداری، در سطح جهانی و در داخل

## آینده در آینده

### بانک نوآور و پیشرو که به آینده‌ای روشن می‌اندیشد

علی درستکار

مدیر امور روابط عمومی و بازار افزایشی بانک آینده

بانک آینده با پیشینه پرفرازونشیب خود، همواره در تلاش برای ساختن آینده‌ای روشن برای مشتریان، سهامداران و سایر ذی‌نفعان کوشیده است تا ضمن پیشی گرفتن از رقبا، در راستای بهبود خدمات خود و افزایش رضایت‌مندی مشتریان عزیز، فراتر از استانداردهای بانکداری روز دنیا گام بردارد و با تجارب گران‌بهای که در اختیار دارد روزبه‌روز بر گستره عمل خود و تلاش برای رشد و توسعه اقتصادی کشور و شکوفایی هر چه بیشتر آن در کنار سایر بانک‌های کشور، نقش مؤثر و پررنگی داشته باشد.

بانک آینده با سرلوحه قرار دادن احترام مستمر به مشتریان عزیز خود و همچنین به کار بستن رفتار فاخر، تعهد، مسئولیت‌پذیری، توجه ویژه به نیازهای مشتریان و ارائه خدمات نوآورانه در پی به منصفه ظهور رسانیدن آینده‌ای روشن است تا بر این اساس، علاوه بر درخشیدن نام این بانک به خوش‌نامی در عرصه بانکداری کشور، هم‌راستا با سایر خدمتگزاران این مرزوبوم در رشد، پیشرفت و شکوفایی اقتصادی هر چه بیشتر میهن







وقت خود برنامه‌ریزی دقیق‌تری دارند و لذا تمایل بیشتری به استفاده از این فرصت خواهند داشت که حتی برای امور لازم نیز به شعبه مراجعه نمایند و مأمور بانک در منزل یا محل کار ایشان خدمات موردنیاز را ارائه کند.

خدمات نوین پیشخوان مجازی به صورت مستمر و دوره‌ای در حال اضافه شدن است. از لحاظ منطقه‌ای نیز در ابتدا این خدمات تنها در تهران قابل‌ارائه بود اما شهرهای دیگر نیز در حال حاضر این پوشش را دارا هستند.

اما چه چیزی منجر به ارائه خدمات نوآور برای اولین بار در ایران شد؟ ممیزی اتحادیه اختراعات و نوآوری‌های صنعتی در ایران نشان می‌دهد که بانک آینده استراتژی‌های کلان خود را بر مبنای تولید خدمات نوآور تدوین نموده و تمامی خدمات آن بر مبنای اهداف کلان آن‌ها شکل گرفته است. هم‌چنین استفاده از تکنیک‌های تولید ایده بسیار مؤثر بوده است. این سازمان نشان می‌دهد که نوآوری باید از سطوح بالای سازمان شکل بگیرد تا به سطوح پایین نیز منتقل گردد. این تنها یک مورد از خدمات نوآورانه بانک آینده برای سهولت هر چه بیشتر استفاده از خدمات بانک توسط مشتریان عزیز است.

### سامانه کلید

از دیگر خدمات متمایز و متفاوت بانک آینده، می‌توان به سامانه «کلید» اشاره نمود. سامانه بانکداری اینترنتی و همراه «کلید» بانک آینده یکی از خدمات منحصربه‌فردی است که به تمامی مشتریان عزیز بانک آینده، برای رفع نیازها و انجام امور مختلف بانکی و مالی و هم‌چنین شرکت‌های کوچک و بزرگ، خدمت ارائه می‌کند.

با استفاده از «کلید» شما می‌توانید گردش کار کاغذی صدور و امضای

کشور، در چارچوب قانون عملیات بانکی بدون ربا، در طول یک دوره برنامه‌ریزی، در جمع بانک‌های تراز اول خصوصی کشور قرار گیرد. بانک آینده، بانکی با خدمات نوآورانه است که یکی از خدمات خود را بانام پیشخوان مجازی در مرداد سال ۹۲ در اتحادیه IUI به ثبت رسانید. ایده اولیه این خدمت از تحقیقات صورت گرفته از بانک‌های خارجی و نیاز جامعه به خدمات هر چه بیشتر الکترونیکی شکل گرفت.

### پیشخوان مجازی بانک آینده

اغلب شهروندان به دلیل نداشتن فرصت کافی، یا به‌منظور صرفه‌جویی در وقت و هم‌چنین برای کاهش آلوده‌شدن در شهر و پیشگیری از ترافیک، از مزایای بانکداری الکترونیکی بهره می‌گیرند. با توجه به ماهیت برخی از خدمات بانکی که طی آن‌ها نیاز به تبادل فیزیکی اسناد یا جابه‌جایی وجه نقد وجود دارد (مانند دریافت دسته‌چک، یا واریز وجه نقد به حساب)، شیوه‌های فعلی بانکداری الکترونیکی نمی‌توانند به‌تنهایی پاسخ‌گوی تمامی نیازهای مشتریان باشند.

«پیشخوان مجازی بانک آینده» با همین هدف راه‌اندازی شده است؛ مخاطبان این سرویس معمولاً مشتریان تراز اول بانک هستند که برای



سامانه «کلید» می‌توانید گردش کار کاغذی صدور و امضای چک خود را به شکل الکترونیکی و امن انجام دهید.



گفتنی است، بانک آینده برای نخستین بار در ایران است که یک سامانه الکترونیکی شناخت مشتری (eKYC) یا همان احراز هویت الکترونیکی مشتریان از طریق اپلیکیشن متمایز «کیلید» را معرفی کرده است. بر این اساس یکی از ملاک‌های انتخاب بانک آینده برای هفتمین بار به‌عنوان بانک برتر جمهوری اسلامی ایران و دریافت تندیس بنکر ۲۰۲۰، طراحی، ابداع و عرضه این سامانه است. برای استفاده از سامانه «کیلید» نیاز است تا برنامه «کیلید» از تارگت رسمی بانک آینده، از طریق لینک‌های مربوط، بر روی گوشی نصب شود.

### بانکی سرآمد

از دیگر موفقیت‌های بانک آینده در مسیر رو به رشد و تعالی در نظام بانکداری کشور و سهولت بهره‌مندی مشتریان عزیز و اقشار مختلف مردم کشورمان از محصولات و خدمات این بانک، گزارش تأیید موفقیت بانک آینده از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس است. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی با انتشار گزارشی، بانک آینده را موفق‌ترین بانک در طرح ادغام مؤسسات مالی و اعتباری معرفی کرد. در گزارشی که از سوی معاونت پژوهش‌های اقتصادی این مرکز تهیه شده، با بررسی عملکرد بانک مرکزی در ساماندهی مؤسسات مالی و اعتباری، این طرح را موفق ارزیابی کرد.

بر اساس این گزارش، طرح ادغام مؤسسات مالی و اعتباری غیرمجاز که منجر به ادغام و حذف چند موسسه غیرمجاز شد، باعث اصلاح زیرساخت‌های مالی و بانکی شده است. این گزارش می‌افزاید: مجموع سپرده‌های بانک‌ها و مؤسسات اعتباری ساماندهی شده از زمان صدور مجوز تا پایان سال ۹۵، از حدود ۷۰۰ هزار میلیارد ریال به رقمی معادل ۳۱۵۰ هزار میلیارد ریال افزایش یافته که معادل رشد ۴/۵ برابری است. هم‌چنین مجموع سهم بازاری بانک‌ها و مؤسسات اعتباری ساماندهی شده در پایان سال ۹۵ با رشد ۲۵ درصدی مواجه شده که رشد قابل‌ملاحظه‌ای است. طبق گزارش فوق از زمان



چک در شرکت خود را به‌شکل الکترونیکی و امن انجام دهید. هم‌چنین، بخش راهبری کیلید به مشتریان و مدیران شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که برای اشخاص دیگر یا نقش‌های داخل شرکت (کارمند حسابداری، حسابدار ارشد، امضاءدارها، مدیران اجرایی و ...) بر اساس نیاز، دسترسی‌های مشخص و موردنظر را به حساب‌های بانکی خود یا شرکت ایجاد کنند. مشاهده و دریافت صورت‌حساب، انتقال وجه درون بانکی و بین بانکی (پایا، ساتنا)، تعیین حساب پیش‌فرض برای انتقال بر اساس شماره موبایل، تعیین اولویت امضای دستور پرداخت‌ها، دریافت فهرست حساب‌ها به همراه شماره شب‌با بر اساس مشخصات سجلی و استعلام چک‌های صیادی تنها برخی از خدمات این سامانه است. در این سامانه هر یک از مشتریان می‌توانند حساب‌های شخصی و شرکتی خود را برای انجام عملیات بانکی به‌راحتی مدیریت نمایند.

یکی از ویژگی‌های منحصربه‌فرد این سامانه این است که صاحب یا صاحبان امضای مجاز حساب مشتری یا شرکت یا سایر افرادی که دسترسی مربوط را دارند؛ می‌توانند در هر جا که باشند، دستور پرداختی مبتنی بر انتقال وجه (درون بانکی و بین‌بانکی) را ایجاد کنند. صاحبان امضا بلافاصله دستور پرداخت را روی گوشی تلفن همراه خود این انتقال را مشاهده و به‌سادگی با اسکن اثرانگشت خود در چند ثانیه آن را امضا می‌کنند و تراکنش انتقال وجه انجام می‌شود.

هموطنان عزیزی که می‌خواهند به جمع بزرگ مشتریان بانک آینده پیوسته و از خدمات بی‌شمار و منحصربه‌فرد آن بهره‌مند شوند، می‌توانند به‌راحتی و بدون حضور در شعبه، از طریق سامانه «کیلید» احراز هویت و مشتری بانک آینده شوند.



**برای مشتریان فعال در بازار سرمایه دو محصول جدید (حساب متصل) و (سامانه پیکاپ) ایجاد شده است**

کار ادغام‌های صورت گرفته در خودروسازی است. مثال‌های بانکی نیز در این زمینه بی‌شمار هستند، چون بانکدارها بیشتر از صاحبان صنایع دیگر به مزیت‌های هم‌افزایی ناشی از ادغام پی برده‌اند. بر همین اساس و با توجه به تجارب ارزنده بانک آینده، این بانک، به دلیل توانایی مدیریت بازار مالی و بانکی، مدیریت و پرداخت وجوه سپرده‌گذاران تعاونی افضل‌توس را نیز بر عهده گرفت. در سال‌های اخیر بانک‌های متعددی در جذب مشتری موفق بوده‌اند و برخی نیز چندان موفقیتی نداشته‌اند. این‌که چه شاخصه‌هایی سبب موفقیت یک بانک می‌شود پرسشی است که اغلب به دنبال پاسخ آن هستند که با کمی کنکاش و میزان استقبال هم‌وطنان از خدمات محصولات آن، می‌شود به این پاسخ دست یافت. در اواخر سال ۱۳۹۶، سؤالی که یکی از روزنامه‌ها از مراجعه‌کنندگان به شعب بانک آینده پرسیده این بود: «چرا بانک آینده را انتخاب کردید؟» در یک تحقیق میدانی نزدیک به ۱۰۰ نفر از مشتریان بانک آینده مشارکت کردند و به سؤالاتی درباره معیارهای انتخاب بانک آینده پاسخ دادند. گستردگی خدمات و شعب، بانکداری الکترونیکی، پشتیبانی مناسب، اعطای تسهیلات، کادر متخصص، توجه به مشتریان خاص و سابقه از جمله پاسخها بود؛ اما نخستین موضوعی که مشتریان به آن اشاره می‌کردند این بود که این بانک را بر اساس این‌که مجوز بانک مرکزی ج.ا.ایران را در اختیار دارد انتخاب کرده‌اند. بر اساس این نظرسنجی، ۹۵ درصد مشتریان به مجوز بانک مرکزی ج.ا.ایران اشاره کردند و این‌که داشتن مجوز از بانک مرکزی ج.ا.ایران برای یک بانک «همه‌چیز» است؛ زیرا بانک مرکزی با وسواس و

صدور مجوز تا پایان سال ۱۳۹۵ بالاترین رشد متعلق به بانک آینده است. ادغام مؤسسات مالی و اعتباری غیرمجاز به‌منظور ساماندهی فضای فعالیت‌های ملی و بانکی کشور و ایجاد شفافیت عملکردها و از همه آن‌ها مهم‌تر تقویت بنیه مالی بانک‌های ساماندهی‌شده، انجام گرفته است. ادغام‌هایی که باعث شد تا با سخت‌گیری در انضباط مالی، مسیر اعتمادسازی برای مردم جهت سپرده‌گذاری و تعاملات مالی با بانک‌های ساماندهی‌شده به وجود آید. کاهش میزان انتخاب‌ها در انتخاب یک بانک برای فعالیت اقتصادی در گام اول کمی سخت بود. تعدد مؤسسات غیرمجاز، فعالیت‌های ریسکی و غیر شفاف و پرداخت‌های خارج از موازین برخی از مؤسسات، باعث ایجاد نابسامانی اقتصادی در کشور شده بود؛ اما عملکرد سخت‌گیرانه بانک مرکزی ج.ا.ایران و پافشاری این نهاد بر اعمال قانون بر تمامی مراکز پولی و اعتباری، مؤسسات را در مسیر ادغام با یکدیگر قرار داد؛ کاری که در دنیا متداول است و حتی تلاش می‌شود با ادغام صنایع کوچک، هلدینگ‌های بزرگ ایجاد شود و با کاهش هزینه‌های تولید، بهره‌وری و حاشیه سود افزایش پیدا کند. مثال روشن این





زمینه ارائه می‌شود. این سامانه برای مشتریان شرایطی را ایجاد می‌نماید که از خدمات قابل‌ارائه در کارگزاری بانک آینده از جمله دریافت کد بورسی، حساب کاربری برخط، خریدوفروش سهام و ... بهره‌مند گردند. مشتریان بانک آینده با مراجعه به هر یک از شعب بانک، می‌توانند نسبت به دریافت کد بورسی، ایجاد حساب کاربری در کارگزاری بانک آینده و احراز هویت حضوری سجام اقدام نمایند.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری نیز از دیگر مزایای این بانک است که مشتریان می‌توانند با خیال راحت در آن‌ها سرمایه‌گذاری کنند. دو صندوق مهم کارگزاری بانک آینده عبارتند از: صندوق سرمایه‌گذاری تجربه ایرانیان و صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله گنجینه آینده روشن.

صندوق سرمایه‌گذاری تجربه ایرانیان از نوع صندوق‌های مختلط و در اندازه بزرگ است که نزد سازمان بورس و اوراق بهادار با شماره ۱۰۸۸۵ به ثبت رسیده و تحت نظارت این سازمان است. این صندوق از سال ۱۳۹۰ فعالیت خود را در بازار سرمایه آغاز کرده است. هم‌اکنون این صندوق بزرگ‌ترین صندوق سرمایه‌گذاری مختلط در ایران با ظرفیت ۵۰۰۰۰۰۰ واحد سرمایه‌گذاری است.

صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله گنجینه آینده روشن نیز از نوع صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت و قابل معامله (ETF) در فرا بورس ایران است که نزد سازمان بورس و اوراق بهادار با شماره ۱۱۳۲۳ به ثبت رسیده و تحت نظارت این سازمان است. این صندوق از سال ۱۳۹۴ فعالیت خود را در بازار سرمایه آغاز نموده است. سود این صندوق به‌صورت دوره‌ای و در ۱۰ امین روز هرماه محاسبه و طی حداکثر دو روز کاری به حساب مشتریان واریز می‌گردد.

سرمایه‌گذاری در این صندوق در حال حاضر از طریق مراجعه به کلیه شعب کارگزاری بانک آینده امکان‌پذیر

توجه به شاخص‌های مهم، مجوز فعالیت صادر می‌کند. گستردگی شعب و سود پرداختی مناسب موضوع دیگری بود که از دید مشتریان، بیشترین امتیاز را داشت. آن‌ها، مدیریت موفق بانک آینده را یک امتیاز برشمردند و گفتند: آشنایی قبلی با سهامداران، تنوع خدمات، تجربه، برخورد خوب با مشتری، اعطای تسهیلات، نحوه واریز سود و مقدار سود، سرمایه و اعتبار بانک و اخبار منتشره در مورد نحوه رفتار بانک در وضعیت دشوار اقتصادی مواردی است که موجب شد بانک آینده را انتخاب کنند.

هم‌چنین این بانک، علاوه بر ارائه تسهیلات به‌منظور راه‌اندازی و توسعه واحدهای تولیدی کشور و کمک به افزایش اشتغال، در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی نیز با ساخت سلسله مدارس «امید آینده» در مناطق کم‌برخوردار کشور، ساخت خانه بهداشت در مناطق زلزله‌زده، توزیع اقلام کمک‌درسی و بهداشتی و حمایت از نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های هنری و فرهنگی در سطح ملی و بین‌المللی فعال بوده است. بانک آینده با برگزاری چندین دوره جشنواره‌های قرض‌الحسنه و اهدای جوایز به برندگان و اعطای تسهیلات از محل این سپرده‌ها به نیازمندان، علاوه بر پاسخ‌گویی به حرکت خیر این اقدام خدایسندانه، یاریگر افراد کم‌بضاعت و کم‌برخوردار بوده است.

### آینده در بازار سرمایه

بانک آینده، در راستای تقویت ارتباط بین بازار پول و سرمایه و ارائه خدمات بهتر به مشتریان که در بازار سرمایه فعال هستند یا قصد خریدوفروش سهام و اوراق بهادار در بورس اوراق بهادار را دارند؛ اقدام به ارائه دو محصول جدید «حساب متصل» و «سامانه پیکاپ» کرده است.

منظور از حساب بانکی متصل، حسابی است که وکالت‌نامه برداشت از آن به کارگزاری بانک آینده یا سایر کارگزاری‌های طرف قرارداد بانک اعطا گردیده است. این حساب بانکی به حساب کاربری برخط مشتریان کارگزاری متصل می‌شود. بدین ترتیب در زمان ثبت سفارش خرید سهام و یا اوراق بهادار توسط مشتری در سامانه معاملات برخط اوراق بهادار، مبلغ سفارش (بدون محدودیت مبلغی) مستقیماً از حساب بانکی متصل، کسر و خرید انجام می‌شود. به این ترتیب نیازی به افزایش اعتبار حساب در کارگزاری نیست و برداشت پول برای ارسال سفارش خرید به‌صورت خودکار از حساب بانکی متصل صورت می‌پذیرد. سامانه پیکاپ یا «پیشخوان کارگزاری در بازار پول» خدمت دیگری است که در شعب بانک آینده، به فعالان بازار سرمایه و بورس اوراق بهادار و یا علاقه‌مندان به شروع فعالیت در این



بانک آینده با مجموعه‌ای از نیروی انسانی توانا و ۲۷۵ شعبه در سراسر کشور، مشغول خدمت‌رسانی است.

آینده در آساوله شهرستان سنندج - شهریور ۱۳۹۶، ساخت و تحویل مدرسه ۶ کلاسه امید آینده در مهرشهر بیرجند - شهریور ۱۳۹۶، ساخت و تحویل مدرسه ۶ کلاسه امید آینده در ریگان کرمان - شهریور ۱۳۹۶ و حمایت مالی از چهارمین جشنواره کشوری نوجوانان خوارزمی - دی‌ماه ۱۳۹۶، تقدیر از قهرمانان نابینا و کم‌بینای مسابقات پارالمپیک ریو در همایش چشم‌های قهرمان - آذرماه ۱۳۹۶، کمک مالی به زلزله‌زدگان غرب کشور و ارسال بسته‌های لوازم‌تحریر برای دانش‌آموزان این مناطق - آذرماه ۱۳۹۶، تعهد برای ساخت ۲۵ خانه بهداشت در استان کرمانشاه در راستای کمک به زلزله‌زدگان - آذرماه ۱۳۹۶. حمایت از کسب‌وکارهای آسیب‌دیده از کرونا و ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان متوسط ۱۳۹۸ تاکنون و تخصیص سالن یکپارچه مرکز نمایشگاهی بازار بزرگ تهران «ایران‌مال» به بیمارستانی مدرن جهت نگهداری و درمان ۳ هزار تن از افراد مبتلا به ویروس کرونا ۱۳۹۹ - ۱۳۹۸.

با این وصف افتخار کسب عنوان «بانک سال ایران (Bank of The Year In Iran)» در سال ۲۰۲۰ میلادی برای هفتمین بار در سطح بین‌المللی و چهارمین بار پیاپی، از سوی موسسه بنکر Banker، کمترین انتظار از ناظران بین‌المللی درباره بانک آینده است.

به‌درستی باید اذعان داشت که بانک آینده، دارای پشتوانه عظیمی به نام اعتماد و اطمینان مردم و به‌خصوص سپرده‌گذاران و سهامداران بانک آینده است که همواره و در طول این سالیان، با اعتماد و اطمینان درست خود، پشتیبان، حامی و یاری‌رسان این بانک بوده‌اند و در روزهای سخت و دشوار نیز بانک خود را همچون یکی از اعضای خانواده خود، همراهی کردند. از این‌رو است که بانک آینده بر خود لازم می‌داند تا به‌طور مستمر و همیشگی دست از تلاش برای رشد، ارتقا، بهره‌وری و پیشرفت و پیش‌گامی برندارد و با افزایش دانش بانکداری و دانایی در این حوزه، بیش‌ازپیش پاسخ‌گوی محبت‌ها، همراهی‌ها و هم‌دلی‌های همه عزیزانی باشد که به این بانک اعتماد کردند و در زمره مشتریان وفادار و ماندگار و همیشگی بانک خود، بانک آینده هستند.

این بانک با تأسی از نام خود یعنی آینده، همواره به افق دور و ترسیم آینده‌ای روشن چشم دارد تا با برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و طراحی و ابداع محصولات و خدمات نوآورانه و ارائه رفتار فاخر و گسترش دامنه خدمات و محصولات خود، بیش‌ازپیش موجبات ارتقای رضایت‌مندی مشتریان عزیز خود را فراهم آورد تا نظام بانکی کشور نیز از وجود چنین بانک پیشرو و به‌روز نیز بر خود بالاد.



است. وبسایت شرکت کارگزاری بانک آینده از طریق لینک [babc.ir](http://babc.ir) در دسترس است.

افتتاح انواع حساب ارزی و انتشار اوراق قرضه ارزی، حواله‌های ارزی صادره و وارده، صدور ضمانت‌نامه‌های ارزی قبول، ابلاغ و معامله‌ی اعتبارات اسنادی صادراتی، گشایش انواع اعتبارات و بروات اسنادی، دریافت خطوط اعتباری از کارگزاران بابت فاینانس و ری فاینانس، ثبت سفارش انواع بروات اسنادی، ایجاد روابط کارگزاری و افتتاح حساب ارزی نزد آن‌ها، خریدوفروش ارزهای معتبر و صدور گواهی تمکن مالی انواع سپرده‌های ارزی و ریالی از جمله خدمات بین‌المللی بانک آینده است.

### پیشگامی در شفافیت و مسئولیت‌های اجتماعی

بانک آینده به‌عنوان بانکی سرآمد، از رویکرد اخلاقی و توسعه جامعه برای شفافیت و پاسخگویی به ذی‌نفعان خود استفاده می‌کند. این بانک حساسیت ویژه‌ای به مقوله مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی اجتماعی دارد و دیدگاه‌های مرتبط با حفظ ثبات کره زمین و زیست‌بوم سازمان در حال و آینده را ترویج می‌کند. بانک آینده از طریق مسئولیت اجتماعی شرکتی و مراوده با ذی‌نفعان، انتظارات و مقررات محلی را درک کرده و ارتقا می‌دهند. لذا تعریف و اجرای برنامه‌ها در حوزه‌های: آموزش‌وپرورش کودکان و نوجوانان، سلامت فردی و اجتماعی، توسعه فرهنگی، حفظ محیط‌زیست، مدیریت مصرف انرژی و هم‌چنین حمایت از طرح‌های کاهش مصرف انرژی را به‌عنوان اولویت سازمانی خود برگزیده است. از جمله برنامه‌ها و اقداماتی که بانک آینده در این راستا انجام داده است می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: ساخت و تحویل مدرسه ۶ کلاسه در زاهدان - شهریور ۱۳۹۶، ساخت و تحویل دبیرستان ۱۱ کلاسه امید



اعتماد مردم و به‌خصوص سپرده‌گذاران و سهامداران بزرگترین سرمایه بانک آینده است

با آغاز سال ۱۴۰۰ نه تنها سال را شروع می‌کنیم بلکه می‌توانیم وارد دوران جدید تاریخی هم بشویم. سؤال اساسی و کلی ما این است که آینده ورزش در سال پیش رو چیست؟

بدون تردید ورزش راه خود را در مسیر علمی شدن و جذاب‌تر شدن، بیش‌ازپیش ادامه می‌دهد و نقش اقتصاد هم در آن پررنگ‌تر خواهد شد. ورزش‌هایی که مورد استقبال مردم نباشند آرام‌آرام فراموش می‌شوند و ورزش‌های جدید، بیشتر مورد استقبال قرار می‌گیرند. ورزش به معنای واقعی علم است و با استفاده از علم ورزش، پیشرفت روزافزونی را در عرصه‌های مختلف آن شاهد خواهیم بود. بدون شک نهضت بهزیستی از طریق ورزش قوت خواهد گرفت.

شکل و محتوای ورزش آماتور و حرفه‌ای در آینده چگونه خواهد بود؟ ایران‌مال در این زمینه چه نقشی خواهد داشت؟

به این دلیل که در ساخت مکان‌های ورزشی ایران‌مال از ابتدا نگاه و برنامه‌ها به آینده معطوف بوده و آینده‌نگری در آن لحاظ شده، ایران‌مال و فضاهای ورزشی آن تا سال‌ها می‌توانند پاسخگوی نیازهای مخاطبان عام و خاص و علاقه‌مندان به تنوع و جذابیت در ورزش باشند.

چه راهکار و اقدامات مؤثری در سال‌های آینده برای جذب بیشتر علاقه‌مندان به رشته‌های ورزشی فعال در مجموعه دارید؟

حفظ و نگهداری اماکن ورزشی فعلی و افزودن ورزش‌های جدید و به‌روز در غالب اماکن ورزشی موجود و برآورده کردن نیازهای ورزش دوستان و ایجاد تغییرات ممکن در کاربری‌ها



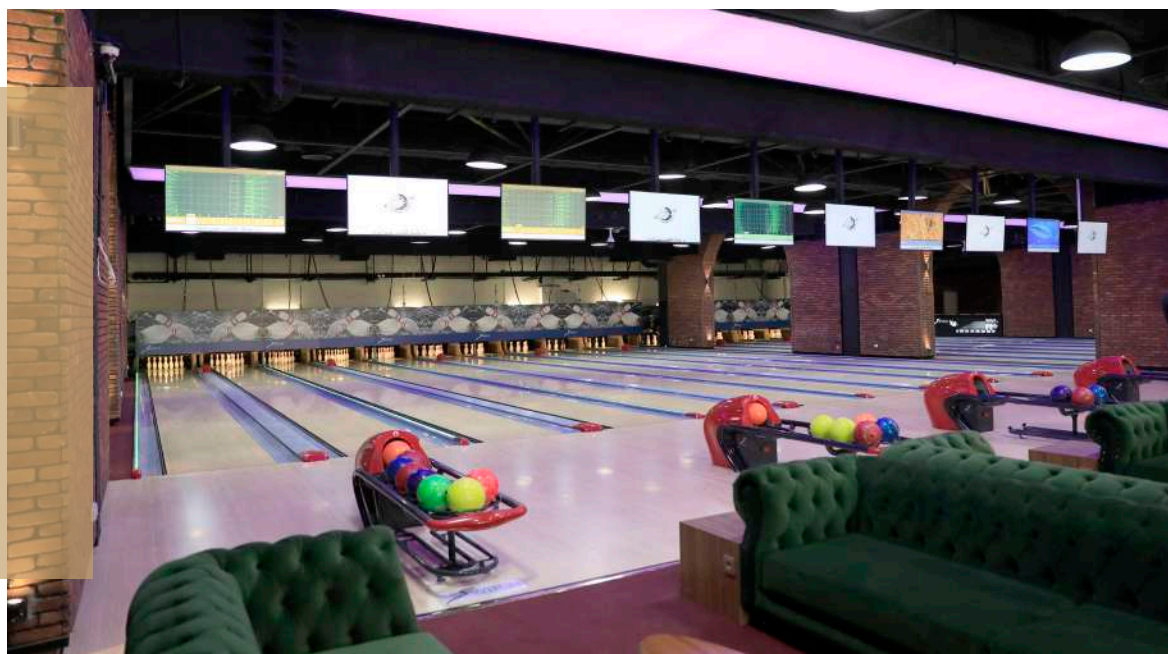
# ورزش علمی‌تر و جذاب‌تر همراه با فن‌آوری



فعالیت‌های ورزشی یکی از مهم‌ترین منابع سرگرمی، سلامت و درعین‌حال درآمد در سال‌های اخیر بوده‌اند. به نظر می‌رسد سال‌های پیش رو هم این روند ادامه یابد. سال ۱۴۰۰ از این نظر می‌تواند به عنوان آغاز جهش در حوزه ورزش در عرصه جهانی مطرح باشد. به‌منظور بررسی اقدامات و برنامه‌ریزی‌های ورزشی مدنظر مجموعه ایران‌مال در آستانه قرن جدید با مدیریت ورزش و سلامت این مجموعه، دکتر حمید سجادی گفتگو کرده‌ایم. سجادی قهرمان دو و میدانی ایران است که سال‌ها پرچم پرافتخار کشورمان را در رقابت‌های جهانی دوومیدانی برافراشته و بعدها در زمینه مدیریت ورزشی هم کارنامه‌ای درخشان از خود برجا گذاشته است. چکیده‌ای از گفتگو با حمید سجادی تقدیم حضورتان می‌شود:



**سجادی؛ مدیر ورزش و سلامت ایران‌مال:** ایران‌مال و فضاهای ورزشی آن تا سال‌ها می‌تواند پاسخگوی نیازهای مخاطبان عام و خاص و علاقه‌مندان به تنوع و جذابیت در ورزش باشد.



و برگزاری برنامه‌های متنوع ورزشی با کارکردهای مختلف می‌تواند از جمله اقدامات ما برای سال‌های آینده باشد.

### • آیا تا ۵ سال آینده رشته‌های ورزشی فعال در ایران‌مال می‌توانند در رشته‌هایی خاص، جایگاه ویژه‌ای در جهان داشته باشند؟

بله همه سعی ما نیز همین است و تلاش می‌کنیم در رشته‌هایی مانند بولینگ، بیلیارد، هاکی روی یخ و کشتی به موفقیت‌های بیشتری برسیم. در حل حاضر تیم ملی هاکی روی یخ ایران از پیست یخ ایران‌مال به‌عنوان تنها پیست یخ استاندارد المپیک کشورمان برای تمرین استفاده می‌کند و امیدوار است در المپیک زمستانی آینده حضوری موفق و درخشان داشته باشد.

### • تکنولوژی تا چه میزان در آینده ورزش تأثیرگذار خواهد بود؟

تکنولوژی و ورزش دو عنصر جدانشدنی و مکمل یکدیگر هستند. به همین دلیل در ایران‌مال سعی شده با استفاده از تکنولوژی روز، فضاهای ورزشی را ساخته و تجهیز کنیم و در اختیار علاقه‌مندان و همین‌طور ورزشکاران حرفه‌ای قرار دهیم.

### • مهم‌ترین بهره‌بردارها از قسمت‌های ورزشی در سال ۹۹ چه بوده‌است؟

مهم‌ترین مجموعه بهره‌بردار شده، پیست یخ است که علاوه بر ارائه خدمات به علاقه‌مندان و ورزشکاران حرفه‌ای، محلی برای ایجاد کلاس‌های آموزشی در رشته‌های زیرمجموعه اسکیت روی یخ از قبیل هاکی روی یخ، اسکیت هنری و ... هست. پیست یخ ایران‌مال با رعایت تمام پروتکل‌های بهداشتی بدون حتی یک روز تعطیلی در اختیار علاقه‌مندان بوده و هست. همه تلاش ما این بوده که مجموعه بولینگ و گیم نت نیز هرچه سریع‌تر به بهره‌برداری برسد و پس‌از آن هم جاده تندرستی و ورزشگاه چندمنظوره روی بام در آینده‌های نزدیک افتتاح شود. در ادامه هم مجموعه‌های آبی و اسکواش در دسترس مردم خواهند بود.

### • چه برنامه‌های ورزشی خاصی برای آغاز سال نو دارید؟

برای نوروز ۱۴۰۰ ارائه خدمات در پیست یخ، بولینگ، گیم نت و کافه ورزش با تخفیف‌ها و خدمات جذاب را در دستور کار داریم. نمایش و اجرای ورزش‌های همگانی و صبحگاهی و بومی محلی در فضاهای عمومی ایران‌مال مانند جاده سلامتی، آب‌نمای موزیکال و تقویت و توسعه ورزش در باشگاه ویژه کارکنان از دیگر برنامه‌های سال ۱۴۰۰ خواهد بود.



**دکتر سجادی:**

نقش اقتصاد هم در ورزش پررنگ‌تر خواهد شد.



## سعید فرهادی

مدیریت اجرایی و هماهنگی بازار بزرگ ایران

به‌عنوان اولین سؤال بفرمایید خط مشی مدیریت امور اجرایی و هماهنگی در ایران مال چیست؟

مسئولیت اصلی این واحد ایجاد هماهنگی لازم برای اجرای مدیریت یکپارچه در بازار بزرگ ایران است. با توجه به گستردگی فضا و وجود ظرفیت‌های اقتصادی و فرهنگی در این مجموعه، مدیریت جزیره‌ای جایی در میان راهبردها نخواهد داشت. مأموریت اصلی ما پیش از هر چیز به رسمیت شمردن تمامی ذی‌نفعان مجموعه نظیر مشتریان، سرمایه‌گذاران، فروشندگان، پیمانکاران و منابع انسانی به جهت ایجاد هماهنگی‌های اجرایی در میان آنهاست. یکی دیگر از فعالیت‌های این واحد، تدوین منشوری اخلاقی است که بتواند برنامه‌ریزی‌های میان‌برد اجرایی را با منافع ذی‌نفعان، به‌ویژه مشتریان همگام کند. البته کار اجرایی در مجموعه‌ای همچون ایران مال را نمی‌توان به چارچوبی از پیش مشخص‌شده محدود کرد، پس بخش گسترده‌ای از رخدادهای غیرمنتظره را نیز در برمی‌گیرد.

به‌عنوان مدیریت اجرایی ایران مال و با نگاه به نبردهای پشت سر گذاشته، چه تجربه‌هایی را ارزشمند می‌دانید و برای نوروز ۱۴۰۰ به کار خواهید بست؟

# همه چیز آماده ی میزبانی

در دنیای امروز یکی از مؤلفه‌هایی که نشانگر موفقیت سازمان‌ها به حساب می‌آید، مرور تجربه‌ها و تبیین چشم‌انداز برای آینده است. از آنجاکه در فرهنگ ایرانی، نوروز بهانه‌ای برای بازاندیشی درباره تجربه‌ها و آمادگی برای نو شدن همگام با طبیعت است، پس چه بهتر که سازمان‌های گره‌خورده با فرهنگ و اقتصاد بومی، این عید باستانی را مبدأ برنامه‌ریزی‌های سالانه خود قرار دهند.

ایران مال که با عناوین متعددی از جمله الگوی کارآفرینی، عرصه تجارت، عرصه فرهنگ و هنر و قطب گردشگری در ایران امروز شناخته می‌شود امر مدیریت را در لایه‌ها و دسته‌بندی‌های متعددی سازمان‌دهی کرده است. مرور تجربه‌ها و تبیین چشم‌انداز نه‌تنها در لایه‌های مدیریت راهبردی، بلکه در جزء جزء این مجموعه نمود دارد.

مدیریت اجرایی با توجه به خدماتی که به‌طور مستقیم به مردم ارائه می‌کند، همیشه از اهمیت به‌سزایی برخوردار بوده‌است. از این‌رو در آستانه نوروز ۱۴۰۰ به‌قصد یادآوری تجربیات سال‌های گذشته و بررسی تمهیدات این واحد مدیریتی با سؤالاتی به سراغ مدیر اجرایی و هماهنگی ایران مال و مدیرعامل شرکت «یاران کارآمد پارس ایرانیان» رفتیم که در ادامه خلاصه آن را خواهید خواند.





### در صورت کم شدن شیوع کرونا، نوروز ۱۴۰۰ را چگونه پیش‌بینی می‌کنید؟

لازم به یادآوری است که در سال ۹۹ هم بار که محدودیت‌های کرونایی اوج می‌گرفت، ما شاهد تقاضای چشم‌گیری از جانب گردشگران برای حضور در ایران‌مال بودیم که گاهی این امکان به دلیل دغدغه سلامت شهروندان میسر نمی‌شد؛ اما با وجود این، برای نوروز ۱۴۰۰ نیز مثل سال گذشته برنامه‌ریزی‌ها برای میزبانی از حداقل ۳ میلیون نفر بازدیدکننده صورت گرفته است.

یکی از ارزشمندترین تجربیات اجرایی ما در اسفند ۹۷ که شب عید ۹۸ به حساب می‌آمد رقم خورد. با وجود برنامه‌ریزی‌های پیشین با جمعیتی غیرقابل پیش‌بینی مواجه شدیم. به‌طور میانگین شمار بازدیدکنندگان روزانه ۱۲۰ هزار نفر بود تا جایی که مجبور شدیم با وجود هزاران جایگاه پارک خودرو، زمین‌های روبروی مجموعه را هم تبدیل به پارکینگ کنیم. در بهار ۹۸ جز اولین روز سال که مجموعه تعطیل بود، استقبال نوروزی به ایام عید خلاصه نشد و تا آخرین روز فروردین میزبان مراجعه مشتاقانه گردشگران بودیم و به‌نوعی حال و هوای عید ادامه داشت. آن روزها فضاهای گردشگری و فروشگاه‌های ایران‌مال مثل امروز تکمیل نشده بود. پس ما پیش‌بینی می‌کردیم در ایام نوروز ۹۹ شاهد جمعیتی بسیار بیشتر خواهیم بود و برنامه‌ریزی‌های مدیریتی برای میزبانی از ۳ میلیون گردشگر صورت گرفته بود که با شیوع ویروس کرونا متوقف شد.



بخش‌های اجرایی ایران‌مال آماده شده‌اند به بهترین شکل ممکن به استقبال سال جدید بروند.

### یکی از متداول‌ترین سؤالاتی که شنیده می‌شود، این است که از نوروز سال گذشته تاکنون فضاهای تجاری و گردشگری ایران‌مال چه تغییراتی کرده است؟

اگر به‌طور گذرا اشاره کنیم، بیست یخ، سالن بولینگ، پردیس سینمایی، کتابخانه، باغ دیدار، باغ ماهان، چندین فودکورت و بخش اعظمی از واحدهای تجاری ایران‌مال کاملاً تکمیل شده و دیگر اثری از فعالیت‌های عمرانی در آن‌ها نیست. ما در ایران‌مال آماده

### با توجه به اینکه شیوع کرونا در نوروز ۹۹ منجر به تعطیلی کلی ایران‌مال شد، مدیریت اجرایی هم تعطیل شد یا تغییر رویه داد؟

خیر، کار اجرایی تعطیلی نمی‌شناسد. نوروز پارسال به دنبال تبدیل فضای نمایشگاهی ایران‌مال به نگاهتگاه بیماران کرونایی، مدیران و کارکنان واحدهای اجرایی را برای تجهیز و ارائه خدمات و هماهنگی‌ها بسیج کرد. در عین حال علاوه بر مرادوات پیوسته پیرامون نگاهتگاه، فعالیت‌های اداره کل روابط عمومی در این تعطیلی به سمت ضبط برنامه‌های تلویزیونی و ارتباط مجازی با مردم سوق پیدا کرد و این موضوع اهمیت حضور مدیریت اجرایی را برای پشتیبانی از امور زیرساختی دوچندان می‌کرد.

نظافت روزانه در تمامی سطوح به مترائز تقریبی چهارصد و شصت هزار مترمربع صورت می‌گیرد و جمع‌آوری، انتقال و امحای پسماند (نخاله و زباله) به میزان تقریبی ۳۵ تن به‌طور منظم انجام می‌شود. در خصوص طراحی، اجرا و نگهداری فضای سبز هم لازم به ذکر است متناسب با سطوح بین‌المللی در زیباسازی محوطه و بازار بزرگ اقدام شده که شامل ۷ هکتار فضای سبز با غنای گونه‌ای ۱۵۰ گیاه متنوع است.

## به نظر شما ایران‌مال به‌عنوان یک قطب گردشگری نیازمند چه محدوددهای از اقدامات اجرایی و خدماتی خواهد بود؟

اگر از بیرون به ایران‌مال نگاه کنیم، شاهد یک بنای عظیم، شگفت‌انگیز و باشکوه هستیم که در دامنه رشته‌کوه‌های البرز بنا شده است. فضای سبز ایران‌مال با بیش از ۱۵۰ گونه‌ی گیاهی مختلف به‌نوبه خود بخشی از این زیست‌بوم به‌حساب می‌آید که به زیبایی این منطقه افزوده است. تنوع سبک‌های مختلف معماری به‌کاررفته در ایران‌مال از ویژگی‌های منحصربه‌فرد این مجموعه محسوب می‌شود که مستلزم مدیریتی متمرکز برای فضاسازی هدفمند و بهره‌برداری هر چه‌بتر از منابع انسانی است. از



میزبانی هستیم و امیدواریم ضمن از بین رفتن کرونا درسال آتی، ایران‌مال یکی از مؤثرترین جاذبه‌های صنعت گردشگری باشد.



## قهرمان قزلباش

مدیرعامل شرکت یاران کارآمد پارس ایرانیان

ضمن معرفی اجمالی شرکت یاران کارآمد پارس ایرانیان خطمشی این شرکت را تشریح بفرمایید.

شرکت یاران کارآمد پارس ایرانیان در سال ۱۳۹۶ با حمایت مدیریت محترم عامل شرکت IMCC باهدف ارائه خدمات عمومی و تخصصی نوین در ایران‌مال تأسیس و با تهیة بروزترین ماشین‌آلات نظافتی تجهیز شد. در همین حین به‌کارگیری حدود ۹۰۰ نفر نیروی انسانی کارآمد با تکیه بر توان، تخصص و آموزش صورت گرفت. این شرکت از ابتدا به‌قصد ارائه خدمات عمومی همچنین طراحی و اجرای فضای سبز ایران‌مال شروع به کار نمود که می‌توان تکیه بر فن‌آوری و آموزش محوری را از دست آوردهای آن شمرد.

آیا اقدامات این شرکت در ذیل خطمشی‌های مذکور به اتمام خاص یا روزانه بخش خاصی از فضای ایران‌مال محدود می‌شود؟



بازار بزرگ ایران دارای هفت هکتار فضای سبز با ۱۵۰ گونه گیاه است.



● **لطفاً به صورت اجمالی طرح استقبال از بهار ۱۴۰۰ را تشریح بفرمایید.**

در طرح استقبال از بهار ۱۴۰۰ پیش از هر چیز سعی بر آن است که با به‌روزرسانی سیستم گرمایشی و سرمایشی، روشنایی و نورپردازی، رفع ایرادهای فنی و مهندسی در کلیه بخش‌های در حال بهره‌برداری، اعم از راه‌های ارتباطی و پارکینگ‌ها، مشاعات و راهروها، پله‌های برقی و آسانسورها و ...، حداکثر تمهیدات لازم برای رفاه حال بازدیدکنندگان عزیز فراهم شود. در همین جهت اقداماتی برای زیباسازی پیرامون و داخل ایران‌مال پیش‌بینی شده است. یکی از این اقدامات کاشت گل‌های فصلی بهاره به تعداد بیش از صد هزار بوته (شامل گل‌های شب بو، لاله، سنبل، نرگس و ...) در کنار توسعه فضای سبز است که حال و هوای نوروز را در ایران‌مال به ارمغان می‌آورد. بدیهی است رنگ‌آمیزی و به‌روزرسانی مبلمان مجموعه اعم از محوطه و داخل بازار نیز در دست اقدام است. امیدواریم با رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی و از بین رفتن ویروس کرونا، شاهد حضور چشم‌گیر گردشگران نوروزی در ایران‌مال باشیم، اما باید توجه داشت که برای حضور مردم عزیز تدابیری در نظر گرفته شده و تیم بهداشت محیط ایران‌مال آماده ارائه خدمات ویژه در این خصوص هستند. ان‌شاءالله که بتوانیم میزبان خوبی برای هم‌وطنان عزیز و تمام گردشگران چه ایرانی و چه خارجی باشیم.



**برای نوروز ۱۴۰۰ نیز برای میزبانی از حداقل ۳ میلیون نفر بازدیدکننده آماده‌ایم.**

همین رو ایران‌مال یکی از نمادهای بارز کارآفرینی و توسعه پایدار در کشور به شمار می‌آید.

● **با توجه به نزدیک شدن سال نو کدام‌یک از تجربیات این شرکت را در نوروزهای گذشته ارزشمند و مستلزم بازپردازی در آینده می‌دانید؟**

با توجه به شیوع ویروس کرونا در سال گذشته (۱۳۹۸) و تأثیر منفی آن برای حضور مراجع‌کنندگان در نوروز سال ۱۳۹۹، ایران‌مال نیز مثل سایر مراکز تجاری و اقتصادی کشور تعطیل شد. البته باتدبیر ایده پردازان، بخش نمایشگاهی مجموعه با نیت خدمت به مردم شریف به نگاهتگاه کرونا تبدیل شد. امیدواریم که در نوروز سال ۱۴۰۰ با کنترل نسبی شیوع ویروس کرونا، ان‌شاءالله بتوانیم میزبان حضور پررنگ و چشمگیر همشهریان و هم‌وطنان عزیز در مجموعه ایران‌مال باشیم. با همین رویکرد، اقداماتی برای ارائه خدمات و فضاسازی به‌صورت مدون و باکیفیت و درخور شأن مشتریان ایران‌مال صورت گرفته است. برای مثال می‌توان از همکاری و تعامل با مدیریت‌ها IMCC در برگزاری رویدادهای مختلف طی برنامه‌ای با عنوان «استقبال از بهار سال ۱۴۰۰» نام برد که شامل تسریع در آماده‌سازی مکان‌های بهره‌برداری شده و پیگیری مستمر برای افتتاح تعداد بیشتری از فروشگاه‌ها در طبقات مختلف مال و ... است. ضمناً رعایت دقیق کلیه موازین بهداشتی و شیوه‌نامه‌های ابلاغی در دستور کار تمام همکارانمان قرار گرفته است.



جواد انصافی

## مردم را به دیدن ایران مال بیاورید!

جواد انصافی هنرمند باسابقه کشورمان با حضور در ایران مال و اجرای نمایش سیاه‌بازی حال هوای خوش روزگاران نه‌چندان دور را به میان مردم حاضر در بازار بزرگ ایران آورد.

این هنرمند باسابقه که با اجرای نقش سیاه در نمایش سنتی سیاه‌بازی، نزد مردم محبوبیت فراوانی دارد، در آستانه نوروز ۱۴۰۰ به بازدید از بازار بزرگ ایران پرداخت و با درخواست مردم بخش‌هایی از نمایش سیاه‌بازی را برای علاقه‌مندان اجرا کرد. جواد انصافی هفتادساله آن‌قدر شورونشاط دارد که می‌تواند برای بسیاری جوانان درس‌آموز و الهام‌بخش باشد. انصافی در ۲۵ مجموعه تلویزیونی و ۵۰ تئاتر بازی کرده است. او که در اغلب این مجموعه‌ها وظیفه کارگردانی را هم بر عهده داشته است، تألیفات بسیاری هم در عرصه نمایش سنتی ایرانی از جمله روحوسی و سیاه‌بازی دارد. هفت جلد کتاب و مقاله‌های مختلف بخشی از آثار مکتوب جواد انصافی هستند. شرح کامل مصاحبه با جواد انصافی را در زیر بخوانید:

● **به ایران مال خوش آمدید. بسیار سپاسگزاریم که وقتتان را در اختیار ما قرار دادید. در ابتدا بفرمایید متولد چه سالی هستید و چند فرزند دارید؟**

بنده متولد ۱۳۳۳۰ هستیم؛ یعنی ۷۰ ساله هستیم. سه فرزند دارم. یک دختر و دو پسر. هر دو پسر موسیقی و تئاتر کار می‌کنند، حتی گاهی عبدلی اوستا و گاهی سیاه و ارباب می‌شوند، به‌غیراز آن کارهای خیمه‌شب‌بازی و

نقالی هم انجام می‌دهند و هر دو تحصیلاتشان هم در همین زمینه است؛ رشته تحصیلی پسر بزرگ مدیریت فرهنگی و هنری و پسر کوچکم ادبیات است.

● **این روزها اوقات تان را چطور می‌گذرانید؟**

بنده در حال نوشتن کتابی هستم که به بحث نمایش تقلیدی می‌پردازم و از دوران اشکانیان نمونه آورده‌ام. در دوران اشکانیان فردی بوده است که ادای کراسوس را خوب درمی‌آورد و پادشاه این امکان را به او می‌دهد که به خیابان برود و ادای کراسوس را در بیاورد. سپس به مقلدینی که در دربارهای مختلف بوده‌اند می‌پردازم؛ مانند تلخک و کل عنایت شاه‌عباسی و کریم شیرهای ناصرالدین‌شاه و مردمی‌ها مثل بهلول، جحی - که در مثنوی مولوی به آن اشاره شده - و ملا نصرالدین و سپس به پیش‌پرده‌خوانان بزرگ مانند مرحوم مرتضی احمدی، عزت‌الله انتظامی، حمید قنبری و بسیاری از افراد دیگر. پس از پیش‌پرده خوانی، کمدی خوانی متداول می‌شود که می‌توان به برادران تقدسی و برادران فضول‌باشی اشاره کرد. سپس کمدی خوانی به‌جایی می‌رسد که در همه‌جا نفوذ پیدا می‌کند؛ در سینما و تئاتر و حتی در رادیو و حتی خوانندگان به نام هم از جمله ایرج خواجه امیری کمدی می‌خوانند. بعد از کمدی خوانی به تقلید صدا و استندآپ کمدی می‌رسیم که مسئله روز جوانان می‌شود. بنده با تمام استان‌ها و هنرمندان ایران به سبب نوشتن این کتاب در تماس هستیم.

● **وقتی وارد ایران مال شدید چه حسی داشتید؟**

بنده آدم سنتی هستم و از دیدن مکان‌های سنتی بسیار لذت بردم. تلفیق آینه‌کاری، تذهیب، گچ‌بری‌ها و درهای چوبی بسیار زیباست، همچنین بخش‌های مدرن هم بسیار دیدنی است و توصیه می‌کنم تبلیغات بیشتری شود تا مردم ترغیب به بازدید شوند یا حتی برای شروع به نظر من امکانات رفاهی رایگان در حوزه وسایل نقلیه در اختیار مراجعه‌کنندگان قرار گیرد؛ به‌عنوان مثال تعدادی اتوبوس از میدان‌های اصلی شهر به مقصد ایران مال به‌صورت رایگان قرار داده شود.



🔴 نگاه شما به‌عنوان کسی که حدود ۵۰ سال در عرصه هنر فعالیت دارید، برای ما بسیار مهم است؛ از نظر شما کدام بخش‌ها از جمله، بازار سنتی، کتابخانه، باغ دیدار، باغ ماهان و... برای شما جذابیت بیشتری دارد؟

در درجه اول بازار سنتی و سپس باغ دیدار که تلفیقی از فضاهای ایرانی و مدرن است، از نظر من بسیار زیبا بود.

🔴 هفتاد درصد بازار بزرگ ایران به بخش‌های فرهنگی، هنری، ورزشی و ... اختصاص پیدا کرده و تنها ۳۰ درصد آن تجاری است، به‌عنوان یک هنرمند وقتی وارد این مجموعه شدید، این موضوع برای شما چقدر محسوس بود؟

البته چون در کنار شما و دوستان بودیم محسوس‌تر شد، در بعضی از قسمت‌ها من کاملاً این مسئله را حس می‌کردم، به نظر من با توجه به گستردگی، نیاز به تبلیغات گسترده‌تری وجود دارد. رسانه‌ها وظیفه‌دارند که بر روی این مراکز کار کنند و می‌توانند بسیار کمک‌کننده باشند، ولی متأسفانه شاهد حمایت‌های این‌چنینی نیستیم.

🔴 ما در ایران‌مال سعی کرده‌ایم که هر سلیقه‌ای را پوشش بدهیم. به نظر شما این مجموعه چه کاستی‌هایی دارد؟

من همه‌جا پیشنهاد دادم که یک سالن قدیمی بسازند تا نمایش‌های قدیمی و ایرانی (خیمه‌شب‌بازی و نقالی) در آن برگزار شود و کنار آن یک غذاخوری ایرانی ایجاد کنند که در آن کوفته و آبگوشت سرو شود. ایران‌مال پراکنده این‌ها را در جاهای مختلف دارد، ولی به نظر من اگر افرادی که وارد کشور می‌شوند، اگر این موارد را کنار هم ببینند می‌گویند «این بخش سنتی ایرانی است».

🔴 من یک جمله می‌گویم شما آن را کامل کنید ایران‌مال یعنی؟  
قسمت عظیمی از فرهنگ ایران



## Iran Furniture Market



[Iran.furniture.market.original](https://www.instagram.com/iran.furniture.market.original)



[Telegram.me/IFMarket](https://t.me/IFMarket)

[www.bmiran.com](http://www.bmiran.com)



بازار مبیل ایران شماره ۱

تهران بزرگراه آیت الله سعیدی، نرسیده به چهار راه یافت آباد  
۰۲۱ - ۶۶۲۳۰۰۱۰ - ۱۲

بازار مبیل ایران شماره ۳

تهران بزرگراه آیت الله سعیدی، بعد از چهار راه یافت آباد  
۰۲۱ - ۶۶۶۸۷۶۶۶

# مردم و ایران مال

امروزه مدیریت موفق در مجموعه های بزرگ و چندمنظوره به این مسئله مهم بستگی دارد که مشتری-های مختلف به هنگام استفاده از خدمات و سرویس ها، آیا تجربه و احساس خوبی از آن خدمت در ذهنشان شکل گرفته است یا خیر؟ و در صورت مثبت بودن پاسخ، آیا این حس خوشایند قادر است تا رابطه آن فرد را با آن مجموعه حفظ و تداوم بخشد؟

به جرات می توان گفت میزان آگاهی شهروندان و میزان رضایت و خشنودی آنان از نوع و کیفیت خدمات ارائه شده، به نوعی سرمایه اجتماعی برای همه سازمان ها و دستگاه ها محسوب می شود. در این راستا مجموعه های بزرگ چندمنظوره به دلیل تعداد و تنوع مشتریان خود نه تنها باید به دنبال برآوردن انتظارات آنان باشند، بلکه باید بطور مستمر تلاش کنند تا دریابند نگرش افراد نسبت به سازمانشان در گذر زمان چه تغییری کرده است. آگاهی از نظرات مشتریان و شهروندان درواقع چراغ راهی است که بایستی همواره مورد عنایت و توجه مدیران و سیاست گذاران یک مجموعه قرار گیرد. آنچه در ادامه می آید خلاصه ای است از نتایج نظرهای ثبت شده (تعداد ..... مورد) طی سه ماهه پاییز ۹۹ که در زیر می آید.

## خلاصه آماری نتایج

- ✓ حدود ۶۰ درصد از شرکت کنندگان در نظرسنجی درده سنی بین ۱۸ تا ۴۰ سال قرار داشته اند.
- ✓ حدود ۷۳ درصد از جمعیت شرکت کنندگان در نظرسنجی را مردان تشکیل داده اند.
- ✓ حدود ۵۵ درصد از شرکت کنندگان با مدرک تحصیلی کارشناسی و بالاتر (کارشناسی ارشد و دکتری) در این نظرسنجی شرکت کردند.
- ✓ بعد از استان های تهران و البرز (حدود ۸۸ درصد) بیشترین بازدیدکنندگان از استان های اصفهان، قزوین و گیلان بوده اند.
- ✓ در استان تهران بیشترین بازدیدکنندگان به ترتیب متعلق به محله های شهرک گلستان، تهرانسر، جنت آباد و چیتگر اکباتان و پیروزی بوده اند.
- ✓ حدود ۸۰ درصد از بازدیدکنندگان با اتومبیل شخصی، حدود ۱۲ درصد با تاکسی (تاکسی ایران مال، اسنپ و ...) و مابقی (۸ درصد) توسط وسایل نقلیه عمومی به ایران مال آمده اند.
- ✓ حدود ۶۷ درصد از بازدیدکنندگان مهم ترین دلیل حضور خود در مجموعه را «بازدید از مجموعه ایرانمال» ابراز کرده اند و پس از آن به ترتیب به دلایلی چون: خرید از فروشگاه ها، خرید از هایپرمارت و صرف غذا در رستوران ها اشاره کرده اند.

- ✓ حدود ۶۹ درصد از افراد بیش از یکبار از مجموعه ایرانمال بازدید داشته اند.
- ✓ بیشترین مشارکت مردم در فضای مجازی از طریق شبکه اجتماعی اینستاگرام ایران مال با ۳۹ درصد و پس از آن وب سایت ایرانمال و شبکه اجتماعی تلگرام صورت گرفته است.
- ✓ حدود ۳۹ درصد از بازدیدکنندگان بیش از ۱ میلیون تومان صرف خرید از فروشگاه ها و هایپرمارت نموده اند.
- ✓ پوشاک و مواد غذایی بیشترین محصولات خریداری شده توسط بازدیدکنندگان و لوازم بهداشتی و آرایشی، کیف و کفش و لوازم منزل در مراتب بعدی خرید قرار گرفته اند.
- ✓ کتابخانه، بازار سنتی، باغ دیدار، آبنا و باغ ماهان ایرانمال به ترتیب جذابترین بخش های مجموعه از منظر بازدیدکنندگان قلمداد شده اند.
- ✓ حدود ۷۵ درصد از بازدیدکنندگان ابراز داشته اند که ایرانمال قادر بوده است تا انتظار آنان را از یک مجتمع تجاری و فرهنگی بر آورده کرده است (انتخاب گزینه های خیلی زیاد و زیاد).
- ✓ حدود ۷۶ درصد از بازدیدکنندگان از کیفیت خدمت رسانی همکاران راضی بوده اند (انتخاب گزینه های خیلی زیاد و زیاد)
- ✓ حدود ۷۴ درصد از افراد ابراز داشته اند که تمایل به حضور دوباره در ایرانمال را دارند.
- ✓ بیش از ۷۷ درصد از بازدیدکنندگان ابراز داشته اند که دیگران را به حضور دوباره از بازار ترغیب می کنند.
- افتتاح شهربازی و دیگر بخش های تفریحی، ضرورت بهره گیری از بروشورها و نقشه راهنمای مسیر و تکمیل هرچه سریعتر بخش های باقیمانده بازار بزرگ ایران از مهم ترین و پرتکرارترین پیشنهادهایی بوده است که توسط بازدیدکنندگان و مشارکت کنندگان در این نظرسنجی ابراز شده است.

📌 **ظاهراً سرانه مطالعه در کشور ما با استانداردهای جهانی فاصله زیادی دارد، به نظر شما علت آن چیست؟ آیا فقط بحث بازاریابی ضعیف است؟**

عوامل مختلفی وجود دارد، هم تبلیغ، هم بازاریابی و هم قیمت کتاب، مشکلات اقتصادی و معیشتی که مردم دارند و متأسفانه در حال حاضر کتاب در سبد خرید مردم جایی ندارد و برای ۸۰ میلیون جمعیت شمار ۳۰۰، ۵۰۰ و یا حتی ۱۰۰۰ نسخه هم شمار کمی است. در دهه ۶۰ شمار کتابها بیش از ۵ هزار نسخه بوده است.

📌 **جناب جعفریه تاریخچه‌ای از شکل‌گیری نشر ثالث را هم بفرمایید**

نشر ثالث از سال ۱۳۷۵ شروع به کار کرده البته پدرم قبلاً دو نشر با عناوین هدایت و روایت را داشتند که آن دو نشر از سال ۱۳۶۷ فعالیت می‌کردند و در اثر ادغام آن‌ها نشر ثالث به وجود آمد. کار نشر و چاپ یک کار خانوادگی است و در خانواده ما قدمتی ۱۰۰ ساله دارد. جد من از بنیان‌گذاران چاپ سنگی در تبریز بودند و این سرآغازی شد در خانواده ما و تا الآن ادامه دارد، بنده نسل چهارمی هستم که به این شغل مشغول هستم و ان‌شاءالله امیدواریم که در نسل‌های بعدی هم ادامه داشته باشد.

📌 **وضع این روزهای نشر چطور است؟**

به نظر من وضعیت نشر در سال‌های اخیر رشد داشته است. به دلیل گرانی کاغذ ناشران ریسک چاپ هر کتابی را نمی‌کنند؛ بنابراین بیشتر روی کیفیت کتاب‌ها، چه از نظر محتوا و چه ترجمه و متن و همین‌طور ظاهر کتاب بیشتر کار می‌کنند و ریسک چاپ هر کتابی را به جان نمی‌خورند و در نهایت کتاب‌هایی چاپ می‌شود که می‌دانند اقبال بیشتری به فروش آن‌ها وجود دارد.

📌 **این مطلبی که شما گفتید بیشتر جنبه کیفی دارد، به لحاظ کمی وضعیت چطور است؟**

مدیر نشر ثالث

## روزانه دو تاسه کتاب چاپ خواهیم کرد

در چند دهه گذشته با توجه به پیشرفت تمام ابعاد زندگی، توسعه و پیشرفت فرهنگی در هر کشوری یکی از اولویت‌ها محسوب می‌شود. معمولاً عرف است میزان مطالعه و کتاب‌خوانی مردم را به‌عنوان یکی از شاخصه‌های مهم ارزیابی رشد فرهنگی یک کشور معرفی می‌کنند.

جایگاه و اهمیت کتاب به‌قدری بالا است که سازمان جهانی یونسکو در سال ۱۹۹۱ روز ۲۳ آوریل (۳ اردیبهشت) را به‌عنوان روز جهانی «کتاب و حق مؤلف» نام‌گذاری کرده و به ثبت رسانده است. در ایران نیز روز ۲۴ آبان را به نام «روز کتاب و کتاب‌خوانی» نام‌گذاری کرده‌اند. هدف یونسکو از نام‌گذاری ۲۳ آوریل با این عنوان، جلب توجه سازمان‌ها و انجمن‌های دولتی بود تا این نهادها از ارزان‌ترین و راحت‌ترین روش کسب اطلاعات و کهن‌ترین وسیله ارتباط معنوی بشر غافل نمانند.

بر اساس آمار سال ۲۰۱۸ کشورهای هند، تایلند، چین، فیلیپین، مصر، چک، سوئد، فرانسه و مجارستان به‌واسطه ساعات مطالعه مردمشان در لیست کتاب‌خوان‌ترین کشورها قرار گرفتند. با توجه به آمارهای ضدونقیضی که در خصوص مطالعه در کشور وجود دارد، باید گفت در وضعیت مطالعه با نگاه به شمار کتاب‌ها در ایران بسیار بحرانی است.

پایین بودن سرانه مطالعه در ایران باید به این نکته اشاره کرد که استفاده و ترویج محصولات فرهنگی در کشور ما نهادینه نشده است و نبود کتابخانه در تمامی مناطق شهری، محلی و البته روستاها، نبود کتاب مناسب، افزایش قیمت سرانه کتاب و استفاده نکردن از زمان و اوقات فراغت از جمله عوامل پایین بودن سرانه مطالعه در کشور ماست.

بر همین اساس گفتگویی با سینا جعفریه مدیر یکی از قدیمی‌ترین شرکت‌های ناشران کتاب در ایران انجام داده‌ایم که در ذیل می‌آید:





بررسی و الهام‌گیری از کتاب‌فروشی‌های مدرن دنیا فروشگاه ایران‌مال را طراحی کنیم. این فروشگاه شامل بخش‌های کتاب، موسیقی، صنایع دستی، کتاب‌های لاتین، لوازم‌التحریر و همین‌طور بخش کودک است؛ در کل سعی کردیم همه مخاطبین و سلیقه‌ها را پوشش بدهیم.

### ۵ چند جلد کتاب در این فروشگاه دارید؟ موسیقی چطور؟

بالای ۵۰۰ هزار جلد کتاب در قفسه‌ها چیده شده است. موسیقی با توجه به اینکه بیشتر آثار در فضای مجازی منتشر می‌شود سعی کردیم به صورت کاملاً انتخاب‌شده از آثار اساتید موسیقی ایرانی در فروشگاه داشته باشیم.

### ۵ با توجه به اینکه فروشگاه نشر ثالث در ایران‌مال به تازگی افتتاح شده چشم‌انداز شما برای سال جدید چه خواهد بود؟

همه تلاش ما این است که کتاب خواندن را در جامعه ترویج دهیم، اگر سال گذشته روزی یک کتاب منتشر می‌کردیم در سال جدید یا بهتر در آستانه قرن جدید روزی ۲ یا ۳ تا کتاب منتشر کنیم. تصمیم داریم چند شعبه دیگر به نشر ثالث اضافه کنیم و علاقه‌مند هستیم در پروژه‌های دیگر بانک آینده مثل فرمانیه مال و مشهد مال هم همکاری داشته باشیم. ما افق روشنی را برای کتاب می‌بینیم.

نشر در ایران همیشه حالت سنتی بوده است و ناشران از فروش کم گله و شکایت می‌کردند چراکه بازاریابی خوبی برای کتاب صورت نمی‌گیرد. در حال حاضر بر اساس آماری که بنده دارم شمارگان کتاب‌ها روی ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ جلد است که این برای یک کشور ۸۰ میلیونی آمار ضعیفی است ولی با تمام این‌ها ما عقیده داریم بازار خوبی است و داریم بهترین تلاش و سعی را می‌کنیم که روبه‌جلو باشیم.

### ۵ در مورد تولید کتاب صوتی و نشر الکترونیک آیا تولیداتی داشته‌اید؟

پدیده جدیدی که در سال‌های اخیر اتفاق افتاده تولید کتاب‌های صوتی است که همراه با کتاب‌های الکترونیک و به صورت موازی جلو آمد. نشر ثالث در حال حاضر بیش از ۲۰ جلد از کتاب‌های خود را به صورت صوتی درآورده و بازخورد خیلی خوبی هم داشتیم. این روزها هم به همراه نشر چشمه و رادیو گوشه، عناوین کتاب‌های جدید را در حال انتشار داریم که در این زمینه از هنرمندانی مثل پرویز پرستویی، آزاده صمدی، شبنم فرشاد جو و... به‌عنوان کتاب‌خوان استفاده می‌کنیم. نکته اینجاست که این محصولات قیمت بسیار مناسبی برای مردم دارند که هم به صورت سی دی هم به صورت فایل و یا از طریق نرم‌افزارهای فیدیبو، طاقچه و رادیو گوشه می‌توانند تهیه کنند. به‌عنوان مثال یک کتاب ۲۰۰ صفحه‌ای در هشت ساعت خوانده شده است.

### ۵ در مورد شعبه نشر ثالث در ایران‌مال صحبت کنید هدف شما از تأسیس فروشگاه در ایران‌مال چه بود؟

ایران‌مال یک پروژه ملی است و بزرگ‌ترین مال خاورمیانه است که افتخار همه ایرانیان است و ما هم دوست داشتیم در این پروژه سهیم باشیم، فروشگاه ما در ایران‌مال حدود ۱۰۰۰ متر مساحت دارد و در مجاورت آن هم کافه کتاب نشر ثالث قرار دارد و ما بزرگ‌ترین ناشر بخش خصوصی و مدرن‌ترین هستیم، ما سعی کردیم با



#### مدیر نشر ثالث:

با الهام‌گیری از کتاب‌فروشی‌های مدرن دنیا فروشگاه ایران‌مال را طراحی کرده‌ایم.

نبود چه بسا همانند کافه‌های ابتدای قرن معاصر ایران مال هم می‌توانست میعادگاه هنرمندانی باشد که تاریخ هنر این سرزمین را رقم زدند. هدف‌گذاری سازندگان بزرگ‌ترین مال خاورمیانه پیش از اهداف اقتصادی، بسترسازی فرهنگی بوده است از این‌رو برای صدسال آینده باید پرسید: ایران مال یا کافه نادری؟ کدام اثرگذارتر و خاطره انگیزترند؟

## اختتامیه نمایشگاه رقص قلم

کتابخانه جندی‌شاپور در بهمن‌ماه ۱۳۹۹، میزبان آئین اختتامیه بزرگ‌ترین رخداد خوشنویسی دنیا بود و هم‌زمان با این مراسم به‌عنوان «مرکز اسناد کتابخانه کمیسیون ملی یونسکو در ایران» لقب گرفت. نمایشگاه رقص قلم با همکاری یونسکو و حضور هنرمندان صاحب‌نام خوشنویسی دنیا در ایران برگزار شد و ۲۸ کشور راه ابریشم و ۱۶ کشور علاقه‌مند دیگر از قاره‌های مختلف آثار خود را در آن عرضه کردند. این نمایشگاه دو بخش حضوری و مجازی داشت و آثار جهانی هنر خوشنویسی به‌صورت مجازی در پلتفرم گالری یونسکو و ایران مال نمایش داده شد. در بخش حضوری نیز آثار برخی هنرمندان در قالب تابلوی خوشنویسی در روز اختتامیه به نمایش درآمد.

در این مراسم نمایندگانی از سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی همچون: یونسکو، اکو و همچنین سفیران و رایزنان فرهنگی کشورهای مختلف در ایران مال حضور یافتند. اما چاشنی شیرین و پرمایه این مراسم افتتاح مرکز اسناد کتابخانه کمیسیون ملی یونسکو در ایران مال بود. با امضای تفاهم‌نامه همکاری فرهنگی میان کمیسیون ملی یونسکو و ایران مال، این مرکز فرهنگی در کشور راه‌اندازی شد و از این‌پس علاقه‌مندان به فرهنگ و هنر کشورمان می‌توانند با مراجعه به طبقه‌های دوم و سوم کتابخانه جندی‌شاپور در ایران مال، از نزدیک به مطالعه و بررسی این اسناد بپردازند.

## سی و هفتمین جشنواره بین‌المللی فیلم کوتاه تهران

ایران مال اولین بار عنوان «کاخ جشنواره» را از برج میلاد و پردیس ملت ربود و ستاد

# ایران مال یا کافه نادری

کافه نادری در چهارراه استانبول تهران در سال ۱۳۰۶ شمسی تأسیس شد. کافه نادری سال‌ها پاتوق شاعران، نویسندگان و روشنفکران بود و بسیاری از اندیشه‌ها و سبک‌های ادبی و فرهنگی جدید از این کافه پا به عرصه فرهنگ ایران گذاشت. مجموعه ایران مال با اختصاص بخش‌های مهمی به امور فرهنگی تلاش کرده است بخشی از این وظیفه را در تاریخ فرهنگ کشورمان بر عهده گیرد.

شاید در آینده با مرور سال ۹۹، تنها یک تیر سنگین بیابیم که به خاطر تاثیر بسیار منفی آن بر دیگر رخدادها سال سنگینی کند: کرونا، ویروس است که علاوه بر گرفتن جان آدمیان، مشاغل و تجلی بروز استعدادها را زیادی را نشانه گرفت و قربانی کرد، از آن جمله می‌توان به صنعت سینما و تاثیر اشاره کرد که بزرگ‌ترین قربانی این ویروس محسوب می‌شوند. باین‌همه در بهمن‌ماه ۱۳۹۹، ایران مال میزبان رویدادهای بزرگ فرهنگی و هنری در کشور بود تا بار دیگر به‌عنوان پاتوق اصلی اهالی فرهنگ و هنر در آینده، بر سر زبان‌ها بیفتد که چه بسا اگر کرونا به زندگی مردم سرک نمی‌کشید بخش زیادی از این امر تاکنون محقق شده بود. اگر کرونا





### سی و نهمین جشنواره فیلم فجر

جشنواره فیلم فجر امسال با همه اماواگرهای کرونایی در نهایت برگزار شد و ایران‌مال با توجه به سابقه‌ای که در رعایت پروتکل‌های بهداشتی و رضایت‌مندی مردم داشت به‌عنوان اصلی‌ترین پردیس اکران این جشنواره برگزیده شد. اختصاص شش سانس روزانه در شش سالن اصلی همراه با سانس‌های فوق‌العاده که با توجه به درخواست‌های مردم انجام شد، بار دیگر بر حضور پردیس سینمایی ایران‌مال در بالاترین سطح سینمایی کشور صحنه گذاشت.

این جشنواره از ۱۱ تا ۲۱ بهمن‌ماه با رعایت مقررات بهداشتی برگزار شد و بسیاری از هنرمندان و خانواده‌ها پردیس سینمایی ایران‌مال را برای دیدن فیلم‌های موردعلاقه خود انتخاب کردند.

### سی و نهمین جشنواره تئاتر فجر

از همان ابتدا و با افتتاح تماشاخانه ایران‌مال و حضور هنرمندان در این مرکز، قابل پیش‌بینی بود که به‌زودی ایران‌مال وعده‌گاه هنرمندان نمایش کشور خواهد شد. جشنواره تئاتر فجر در بخش خیابانی با دو اجرای روزانه میهمان ایران‌مال شد و مورد استقبال علاقه‌مندان قرار گرفت.

این جشنواره از ۱۱ تا ۲۱ بهمن‌ماه برگزار شد و اجراهای خیابانی آن در فضاهای باز ایران‌مال و بازدید خانواده‌ها با پروتکل‌های بهداشتی بود که صحنه‌های ماندگاری را در حافظه تاریخی هنردوستان ثبت کرد. در بهمن ۹۹ تماشاخانه ایران‌مال، اولین اجرای عمومی خود را افتتاح کرد و با اجرای نمایش عروسکی «کنسرت حشرات» به نویسندگی و کارگردانی مریم سعادت درهای خود را برای عموم گشود.



برگزاری یک جشنواره بین‌المللی فیلم در کشور لقب گرفت. سی و هفتمین جشنواره بین‌المللی فیلم کوتاه تهران از تاریخ یکم الی ۶ بهمن‌ماه ۹۹ به میزبانی پردیس سینمایی ایران‌مال برگزار شد. این جشنواره در دو بخش حضوری و آنلاین با حضور بیش از ۱۷۰۰ فیلم برگزار شد و ایران‌مال میزبان بخش حضوری، داوران و اصحاب رسانه بود. مراسم اختتامیه این جشنواره در سالن همایش‌های مجموعه ایران‌مال برگزار شد. بسیاری از فیلم‌سازان به‌صورت آنلاین این برنامه را مشاهده کردند و حاضران نیز با رعایت پروتکل‌های بهداشتی در ایران‌مال شاهد این برنامه بودند. تجلیل از کادر درمانی کشور از نکات بارز این مراسم بود تا جایی که خیلی از برندگان جشنواره، جوایز خود را به این عزیزان تقدیم کردند.

حسین انتظامی رئیس سازمان سینمایی و معاون وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، ایرج حریرچی معاون وزیر بهداشت، محمد حمیدی مقدم رئیس مرکز سینمای مستند و تجربی، محمدجواد حق‌شناس و احمد مسجد جامعی از اعضای شورای شهر تهران و تعدادی از هنرمندان نظیر مجید مجیدی، فرشته طائرپور و امیرشهاب رضویان در این مراسم حضور داشتند و با تقدیر از شرکت‌کنندگان در جشنواره، جوایز برندگان را اهدا کردند.

سال‌های دور تا به امروز معتقد است شکل ظاهری این تلفن‌ها همواره زیباتر و شکیل‌تر شده است و روند طراحی آن‌ها در آینده به گونه‌ای خواهد بود که این تلفن‌ها بیشتر به چشم بیایند.

یکی از آقایان کارشناس فروش در طبقه جی صفر هم از امکانات تلفن‌های همراه در آینده می‌گوید و پیش‌بینی می‌کند نقاط ضعفی مانند آنتن ندادن و یا نیاز به صفحات محافظ در اطراف گوشی‌های تلفن همراه با طراحی‌های آینده به فراموشی سپرده شود. در این مقاله به چند مورد از پیش‌بینی‌ها که بیش از نیازهای کنونی است و برآمده از گفتگو و دیدگاه‌های کارشناسی آینده‌پژوهانه است، خواهیم پرداخت.

## تلفن‌های همراه سازگار با محیط زیست

یکی از دغدغه‌های جهانی که طی سال‌های اخیر تبدیل به مسئله‌ای اجتماعی شده است، خطر تخریب محیط‌زیست به دنبال زندگی مدرن و افزایش تولید زباله‌های الکترونیکی است. کمپانی‌ها همواره به دنبال این هستند تا محصولات خود را سازگار با محیط‌زیست طراحی کنند. هرروزه استقبال سازندگان تلفن همراه نیز از مواد اولیه قابل‌تجزیه زیستی و انرژی پاک برای شارژ موبایل‌های آینده رو به افزایش است. به این ترتیب تلفن‌های همراه آینده قابل‌باز یافت خواهند بود. همچنین پیش‌بینی می‌شود که در سال‌های پیش رو انرژی خورشیدی به‌طور مستقیم جایگزین فرآیند تولید برق و استفاده گوشی‌های همراه از آن خواهد شد. به این ترتیب در آینده دیگر نگرانی از پایان شارژ باتری تلفن‌های همراه برطرف خواهد شد.

## خدا حافظی با پورت‌ها و کابل‌ها

همان‌طور که می‌دانید بسیاری از تولید کنندگان گوشی‌های امروزی فعالیت‌هایی برای حذف کردن پورت‌های اضافی انجام داده‌اند. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، ایده‌های متفاوتی برای شارژ گوشی‌های آینده بدون نیاز به منبع تغذیه برقی در حال توسعه است. از طرف دیگر برای ارتباط

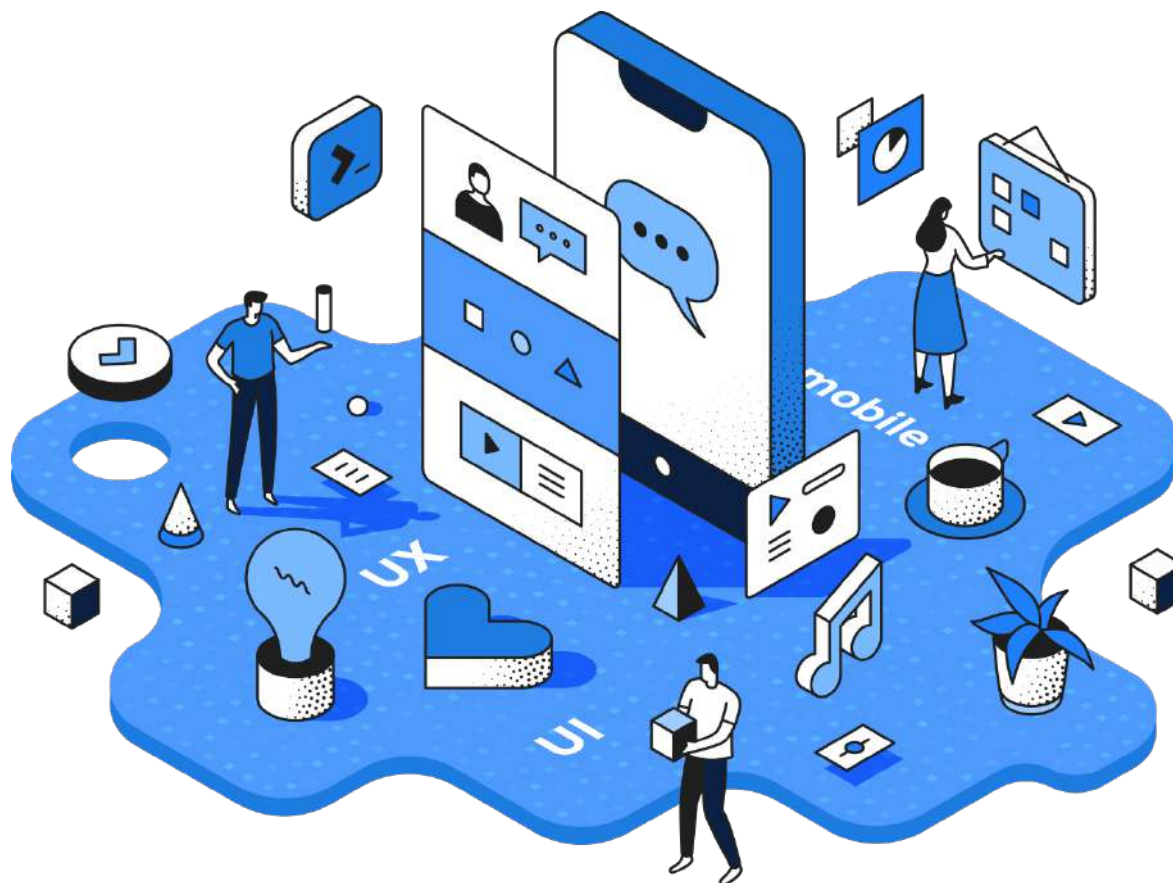
# مشترک مورد نظر در سال ۱۴۰۰ است

آن‌گونه که از تاریخ برمی‌آید شناسه‌ی قرن‌ها عمیق‌تر از دنیای اعداد است. اگر استعاره آمیز بنگریم، هر کدام از اعصار تاریخ با مؤلفه‌های خاصی قرابت زیستی و معنایی دارد. برای مثال در دنیای ارتباطات نیمه اول قرن سیزدهم شمسی را با تلگراف می‌شناختند که در نیمه دوم همین قرن جای خود را به خطوط تلفن داد. پنجاه سال طول کشید تا امکان استفاده همگانی از تلفن میسر شد. این پدیده تحولات بسیاری را پشت سر گذاشت تا سرانجام در سال ۱۳۵۰ شمسی با سرمایه‌های بالغ‌بر پنج میلیارد ریال مخابرات ایران تأسیس شد. هم‌زمان با همین رویداد در ایران، شبکه‌های جهانی تلفن همراه در برخی از کشورها در حال شکل‌گیری بود. ۲۰ سال طول کشید تا سرانجام اولین تلفن همراه وارد ایران شد و به سرعت توانست به‌عنوان ابزاری حذف‌نشده در زندگی ایرانیان جا باز کند. هرچند هدف از اختراع موبایل پر کردن جای تلگراف و تلفن به روشی آسان‌تر بود، اما امروزه دیگر چنین تعریفی از موبایل فقط گوشه‌ای از امکانات این ابزار جادویی است.

دوربین عکاسی، ضبط‌صوت، صندوق پستی، ساعت، تقویم و صدها ابزار دیگر ویژگی‌های گوشی‌های همراه امروزی‌اند که همگام با پیشرفت فناوری خود را با نیازهای نوین بشر هماهنگ می‌کنند. آن‌گونه که از سرعت تغییرات در حوزه دیجیتال برمی‌آید، پیش‌بینی ماهیت تلفن‌های همراه در سال‌های آینده تا حدودی ناممکن به نظر می‌رسد اما کمپانی‌های پیشرو در این حوزه سعی دارند همواره توصیفی از آینده فعالیت و دستاوردهایشان در اختیار مشتریان و علاقه‌مندان جهان «صفر و یک» قرار دهند. فروشندگان تلفن همراه ایران‌مال در طبقه جی صفر (GO) بازار بزرگ ایران با توجه به سال‌ها تجربه در این زمینه حرف‌های زیادی برای گفتن دارند. مثلاً یکی از خانم‌های فروشنده با اشاره به روند طراحی تلفن‌های همراه از



تلفن‌های همراه در آینده سازگاری بیشتری با محیط‌زیست خواهند داشت، احتیاج به کابل و پورت ندارند و از طریق ذهن قابل کنترل خواهند بود.



صدا، فقط با بهره‌گیری از ذهن خود می‌توانیم از گوشی استفاده کنیم. به‌عنوان مثال می‌توانیم اپلیکیشن موردنظر خود را باز کنیم یا حتی با استفاده از افکارمان، عکس‌ها را ویرایش کنیم، کارهای دیگری مانند ارسال پیامک، کنترل روشنایی نمایشگر و غیره هم ذهنی صورت خواهد گرفت. اگرچه هنوز سال‌های زیادی با عملی کردن چنین ایده‌ای فاصله داریم، ولی دانشمندان در این زمینه به پیشرفت‌های زیادی رسیده‌اند. در سال گذشته، شرکت فیس‌بوک بخش جدیدی را افتتاح کرد که وظیفه اصلی کارکنان آن، توسعه فناوری از طریق ذهن است. به این ترتیب تلاش‌ها در جریان است تا این امکان فراهم شود که کاربران بتوانند با بهره‌گیری از ذهن خود، تلفن همراهشان را مدیریت کنند.

نقش پررنگ فناوری در سایه رقابت غول‌های تجاری توصیف روشنی از آینده این حوزه را دشوار کرده است. ولی توجه به نیازهای روزافزون انسان امروزی، تلاش کمپانی‌ها برای سودآوری بیشتر و حرکت به سوی جهانی شدن این امکان را فراهم می‌کند تا این چشم‌انداز را با کمی تخیل تبیین کرد.

موبایل‌های نسل جدید با دستگاه‌های جانبی نظیر هدفون، رایانه و دستگاه‌های صوتی و تصویری مانند تلویزیون و یا ضبط‌صوت خودرو نیازی به کابل و یا دیگر ابزار اضافی وجود نخواهد داشت؛ بنابراین به نظر می‌رسد که در سال‌های آینده آینده چیزی به نام پورت در موبایل‌ها وجود نداشته باشد.

## کنترل از طریق ذهن

زمانی کیبوردهای فیزیکی تنها طریقه استفاده از تلفن‌های همراه بود. امروزه نمایشگرهای لمسی جایگزین این کیبوردها شده‌اند. با وجود دستیارهای صوتی مانند گوگل اسیستنت **Google Assistant** و سیری اپل **Siri Apple**، می‌توانیم بسیاری از کارها را تنها با دستورات صوتی انجام دهیم. احتمالاً مرحله بعدی این تکامل، بهره‌گیری از ذهن برای کنترل گوشی‌ها است. با بهره‌گیری از این فناوری، بدون نیاز به استفاده از دست یا

دوباره خلق کنیم و باید به دیدن عکس‌های گذشته اکتفا کنیم، کاری که در اینجا انجام شد بازسازی شکوه و عظمت ایران است در واقع تاریخ ایران بازآفرینی شده و این مسئله نشان داد که ما فرزندان همان ایرانیانی هستیم که آن‌همه شکوه و زیبایی را خلق کردند. ایران‌مال جمع بین سنت و مدرنیته است. در اینجا با حجم و فضا به ما نشان دادند که سنت در مقابل مدرنیته نیست. اینجا نشان داد که ملت ما مدرن است ولی پای در سنت‌های خودش دارد.

### کیانوش جهانپور رئیس مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت بهداشت

ایران‌مال با لحاظ متغیرها و زیرساخت‌های فرهنگی و اجتماعی ساخته شده است و از ابتدای فکر برای ساخت چنین مجموعه‌ای، نگاه توسعه‌خواهانه وجود داشته است. نگاه توسعه‌خواهانه و رفتارهای اجتماعی، فرهنگی و همین‌طور زیرساخت‌هایی که در این عرصه فراهم شده است، ایران‌مال را فراتر از یک نام به‌عنوان مال یا مرکز تجاری برده است و امیدواریم این نگاه تداوم داشته باشد و توسعه پیدا کند و به‌جای دیگر کشور نیز به‌عنوان نمونه و الگو گسترش پیدا کند و ایران‌مال‌های متعددی را در ابعاد مختلف در جای‌جای کشور با همین وجهه چندجانبه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و تجاری شاهد باشیم.

### اسماعیل محمد نجار رئیس سازمان مدیریت بحران کشور

ایران‌مال می‌تواند نقش مؤثری در مواقع بحرانی داشته باشد. ایران‌مال توانسته پاسخگوی همه سلاقی باشد که به این مجموعه مراجعه می‌کند اعم از آن‌هایی که برای خرید می‌آیند و در واقع دنبال مسائل اقتصادی هستند و دیگرانی که در پی مسائل فرهنگی و هنر هستند. بازار بزرگ ایران قابلیت‌های زیادی برای مقابله با حوادث غیرمترقبه و بحران‌ها دارد. این را هم بگویم که هرکسی هر سرمایه‌ای داشته باشد و آن را تبدیل به چنین سازه‌ای کند دیگر مال خودش نیست چون دیگر قابل جایجایی نیست، این بنا و این سازه از آن مردم و ظرفیتی برای همه ملت بزرگ ایران است.

## آئینه ای در برابر عظمت ایران

چهره‌های داخلی و بین‌المللی پس از دیدار از  
ایران‌مال چه گفتند؟

«سازه تمدنی»، «سازه باشکوه» و عناوینی از این دست مدتی است برای ایران‌مال استفاده می‌شود، از این جهت که بازار بزرگ ایران، بازدیدکنندگان را هم از نظر معماری و هم از نظر نوع ساخت مجذوب می‌کند. ۶۰ درصد از ایران‌مال به بخش‌های فرهنگی، هنری، ورزشی اختصاص دارد و تنها ۴۰ درصد آن مربوط به کاربری‌های اقتصادی و تجاری است! در سه ماه گذشته چندین چهره داخلی و بین‌المللی به دیدن ایران‌مال آمدند و هر یک با ابراز شگفتی از زیبایی و معماری برتر به کار گرفته شده در آن خواستار معرفی بیشتر و بهتر آن به جهانیان شدند. بخشی از اظهارنظرهای این عزیزان را باهم بخوانیم.

### حجت‌الله ایوبی

#### دبیر کمیسیون ملی یونسکو در ایران

همیشه آرزو داشتم بار دیگر آنچه از جلال و جبروت و شکوه ایران کهن داشته‌ایم و باعث افتخار همه ایرانیان است و دائماً آن را به رخ جهانیان می‌کشیم ساخته شود. من اعتراف می‌کنم که تصور می‌کردم ما در روزگاری زندگی می‌کنیم که دیگر توان خلق آن جواهرها و گنجینه‌های گذشته را نداریم، من واقعاً فکر نمی‌کردم، بتوانیم تالار آئینه‌ای به این زیبایی



ظهور فن‌آوری‌های نو هنوز هم هنرهای دستی امکان بروز و رقابت دارند.

### ماچئی فایوکوفسکی سفیر لهستان در ایران

تعاملات اقتصادی بین بخش‌های مختلف و فرهنگ‌های مختلف همیشه امری مهم بوده است و بازار بزرگ ایران نقش مهمی در این چارچوب دارد. بازدید دوساعته از ایران‌مال داشته‌ام و به نظر می‌رسد ارتباط اقتصادی بین ایران‌مال و شرکت‌های لهستانی در بخش‌های مختلف می‌تواند هرچه سریع‌تر شکل بگیرد چراکه ایران‌مال پتانسیل فراوانی برای تعاملات اقتصادی دارد.

### یارسلاوا رومانووا وابسته فرهنگی و مطبوعاتی سفارت ایتالیا در ایران

کشور من بناهای تاریخی زیادی دارد و سالانه میلیون‌ها یورو از راه صنعت گردشگری درآمد کسب می‌کند، اما شما در ایران‌مال هم نمادهایی از تاریخ کهن خود را دارید هم معماری دوران بعد از اسلام و هم معماری و نمادهای مدرنیته را در اینجا جای‌جای داده‌اید. برای من به‌عنوان یک اروپایی اینجا جذابیت زیادی دارد چون علاوه بر مرکز خرید بودن، قسمت‌های فرهنگی و تاریخی زیادی برای بازدیدکننده دارد. مجموعه بازار بزرگ ایران را آینه تمام‌نمای ایران می‌دانم.

### عبدالغفور لیوال سفیر افغانستان در ایران

ایران‌مال از نظر معماری خطاطی تذهیب و بسیاری دیگر از ظرافت‌های هنری شگفت‌انگیز است. اینجا به ما حس هنری خاصی می‌دهد که آمیخته‌ای از هنرهای کلاسیک و معاصر است. از دیدن آثار خطاطان افغانستان در ایران‌مال بسیار خوشحال شدم. ایران‌مال نشان داده که با

# Iran Mobile Market



بازار موبایل ایران



[Iran.mobile.market.original](https://www.instagram.com/iran.mobile.market.original)



[Telegram.me/IFMarket](https://t.me/IFMarket)

[www.mobile724.com](http://www.mobile724.com)



بازار موبایل ایران شماره ۱

تهران | خیابان حافظ | بعد از پل حافظ | جنب بورس | ۰۲۱ - ۶۴۹۲

بازار موبایل ایران شماره ۲

تهران | خیابان بازار مبل | جنب پارکینگ طبقاتی شهرداری  
۰۲۱ - ۶۶۶۴۵۳۳۵ - ۶

بازار موبایل ایران شماره ۳

کرمان | بلوار جمهوری | نرسیده به چهارراه امام جمعه  
۰۳۴ - ۳۲۴۴۴۳۰۸