



گروه ادبی شیدا

طرح عملیاتی پلتفرم

تیرماه ۱۴۰۲

تعریف پلتفرم، پلتفرم، غیر از یک تعریف فنی، از جنبه تجاری، ایجاد یک پایگاه کسب و کار است که رابط تجاری بین تولیدکنندگان و مصرف کنندگان می شود، یعنی زیرساختی باز و مشارکتی در فضای اینترنتی و در دایره تجارت محسوس و واقعی که تحت شرایط تجارت الکترونیک معامله می کنند.

همه ی ما اصطلاح های پلتفرم (Platform) و کسب و کارهای پلتفرمی را شنیده ایم و به کار می بریم، و می توانیم مثال های متعددی از مدل کسب و کار پلتفرمی را بیابیم:

اینستاگرام، فیس بوک، لینکدین، آمازون، اوبر و گوگل (در نقش موتور جستجو) نمونه هایی از پلتفرم های بین المللی محسوب می شوند.

هم چنین در فضای اینترنتی کشور خودمان هم می توانیم از آپارات، دیجی کالا، بلاگفا، باما، دیوار، شیپور و نیز اسنپ، تپ سی، کلوب، پونیشا، لست سکند و کافه بازار، نام ببریم.

وظایف و اهداف موسسه ی فرهنگی و هنری دکتر شعار، به موجب اساسنامه:

تهیه و عرضه محصولات تهیه و عرضه محصولات فرهنگی دارای مجوز از قییل: کتاب، اقلام یارانه ای، در زمینه ادبیات فارسی، معارف اسلامی و علوم قرآنی، نیز فیلم های مستند و سینمایی دارای مجوز، قید شده است.

در تاریخ ۱۳۹۹/۹/۹ **گروه ادبی شیدا** با اهداف بالا، و با مشارکت نویسندگان، شعرا، موسسات خدمات فنی و استودیو، مشاوران و فرهیختگان علم و ادب تاسیس شد. نگاه کنید، خُب اگر همه این نخبگان برای کار تجاری به یک فضای ابری یا نرم افزارهای تجاری، اپلیکیشن ها و سیستم های مدرن ارتباطی با مشتریان محصولات فرهنگی دست یابند، در اشاعه فرهنگ، و درآمد طبیعی از تجارت را در دستان تدبیر خود خواهند داشت.

برای اطلاع عرض می کنم که موسسه غیرتجاری ثبت شده، و از مالیات معاف است. اما در مرحله ای از فعالیت تجاری چشم گیر مشمول مالیات خواهد شد، که نگران کننده نیست و در طراحی بودجه ی عملیاتی پیش بینی



خواهد گردید. برای آشنایی بیش تر اساسنامه، و پروانه موسسه را در گروه گذاشته‌ام، و تیزر معرفی موسسه و پیشینه پژوهشی زنده یاد دکتر شعار را مجدداً در گروه واتساپ بارگزاری می‌کنم، اما برای آشنایی با پیشینه موسسه، اعضای **گروه ادبی شیدا**، و سایر اطلاعات می‌توانید به سایت دکتر شعار مراجعه فرمایید. پیداست که با داشتن چنین گنجینه نفیسی از آثار مکتوب، ارباب ادب و دوستان فرهیخته گروه ادبی شیدا، هم‌افزایی طبیعی انجام گرفته و انگیزه کافی برای انجام کار فرهنگی و اعتلای ادبیات ایران وجود دارد. پس باید برای ایجاد پایگاه پلتفرم به طور جدی وارد عمل شویم.

اهداف تجاری و برنامه ریزی:

در نظر داریم که نسبت به ارائه این آثار از طریق مراکز فوق و دوستان و ناشران دیگر در سطح جهانی، البته به صورت «شنیداری»، «دیداری» و تهیه «فیلم و ویدیو» اقدام کنیم. گرچه رقبای علمی در این عرصه بسیارند، اما وزن علمی آثار گروه با بازاریابی و تبلیغات به شیوه‌های امروزی نسل نو و باقیمانده نسل‌های گذشته را جذب می‌کند. اگر ما موفق شویم در مدت ۶ ماه به تولید و تبلیغ در حوزه‌های محصولات زیر دست یابیم:

- محتوای صوتی آثار، برخوانی آثار ادبی، نوول، داستان کوتاه، رمان تاریخی، برای فروش
 - محتوای ویدیویی آثار بالا، برای تبلیغ و درج در یوتیوب و سایت‌های معتبری که درآمدزا هستند
 - محتوای مکتوب، و چاپ همان آثار، برای آموزش و فروش به بینندگان و شنوندگان آثار بالا
- می‌توانیم امیدوار باشیم که در مدت یک سال به درآمدی منصفانه و کافی برسیم. محتوای مزبور پس از سال اول یقیناً درآمدی بدون هزینه‌کرد بعدی را در بر خواهد داشت، و موتور انگیزشی در علاقه‌مندان آثار را روشن خواهد کرد!

مخاطبین ما، از میان کودکان، جوانان، دانش‌جویان، اساتید دانشگاه، حوزه‌های علمی، کتاب‌خانه‌ها، مراکز پژوهشی و پژوهش‌گران، و در میان **ایران** و مردم همه **جهان** قرار دارند، و برای این نسل، و برخی از افراد و نهادهای پُرسن و سال و قدیمی، باید به وسایل نوین از اپلیکیشن، و حضور در همه **مدیاها** سودجست:

- یوتیوب، ارائه تک داستان‌ها از متون کهن، داستان‌های کوتاه معاصر و به قلم گروه ادبی شیدا
- اینستاگرام، ارائه ویدیوها و «کلیپ شعر»، «برخوانی حکایات کوتاه» و صدای شاعر،
- پیج‌های معتبر برای تبلیغ و شناساندن گروه



- لینکدین،

- فیس بوک، گسترش صفحه ادبی موسسه

- لینک شدن به سایت های ادبی ایران و خارج از کشور، و در آینده نزدیک معرفی در ویکی آذر، و ویکی پدیا
- در سایت و وب گاه موسسه، که در دست طراحی است، برای جذب مخاطب از وایرال با محتوای داستانی (پاورقی رمان کلنل پسیان) استفاده خواهد شد. این تبلیغات در مسیر اهداف و آگاه کننده می باشد، و در نظر مردم، بار فرهنگی داشته و به دور از شائبه تجاری انجام می گردد. گرچه هدف موسسه تحصیل درآمد و سود نیز هست، و قابل انکار نیست!

علاوه بر درآمد ارزی از یوتیوب، کسب درآمد از «دانلود»، «فروش کتاب»، و در آینده با دریافت «حق عضویت» در قبال فضای ذخیره سازی اطلاعات و فایل های اختصاصی اعضا، انجام خواهد شد.

- شرکت در مراسم و برگزاری «نقد ادبی»، برپایی «نمایشگاه» و رونمایی «آثار در دست تألیف»، و چاپ تألیفات منتشر نشده،

تیزرهای تبلیغاتی برای آثار، و جذب مشارکت نهادهای داخلی و خارجی، تهیه و چاپ مقاله های علمی: بهره بردن از فروشگاه های کتاب، کافی کتاب ها، مجلات و روزنامه ها و رپرتاژ آگهی، داستان و دریافت مقاله از نویسندگان و دوستان موسسه، و پی گیری «برنامه ادبی» در صدا و سیما، که پیش تر طرح آن داده شده بود.
- اگر توفیق قرین باشد و موارد مذکور انجام شود، موسسه در نظر دارد در نهایت تا سال ۱۴۰۴ به مناسبت صدمین سال زاد دکتر شعار، برای ثبت در «حافظه ی جهانی یونسکو» اقدام نماید! در کنار این موضوع به ایجاد نمایشگاه های نقاشی و گرافیک، تبلیغات آثار ادبی و هنری همکاران گروه، و رونمایی آثار همکاران نویسنده و صدایپیشه، استودیو و کارهای فرهنگی همه همکاران گروه خواهد پرداخت.

تاثیرگذاری آثار صوتی و تصویری به جای تکست فایل ها قابل پیش بینی است. اما در کار علمی، وجود منبع از جمله کتاب، به عنوان «سند» هنوز در ایران متداول است و دست کم می باید امر چاپ هم به تعداد مورد نیاز کتابخانه ها و مراجع علمی در برنامه گنجانده شود. بیش از آن هم با عنایت به رتبه کتاب های ادبیات، هنر، تاریخ و جغرافی در میان آثار چاپی می توان به چاپ آثار امیدوار بود، زیرا سهم کتاب های ادبی به حدود ۳۰ درصد مجموعه آثار چاپی در سال می رسد. در پایین به این آمار اشاره کلی می شود:

رقبا و بازار:



پادکست اکنون در بیش از ۱۵ سایت عرضه می‌شود، از آن میان، رادیو دیو (ادبیات و موسیقی ایران و جهان)، رادیو راه (داستان واقعی)، ناوکست (انسان خردمند)، رادیو ساگا، چنل بی، کتابگرد، دایجست (معرفی کتاب)، پاراگراف (تاریخی)، هلی تاک (روانشناسی)، قابل ذکر است.

پیج های اینستاگرامی برای درج تبلیغ نیز بیش از ۴۰ مورد است که برای شما جداگانه لیست کرده‌ام. در عرصه نشر کتاب، تولید پادکست ادبی، آموزش فارسی، کلیه ناشران ایرانی و خارجی که بیش از ۵۰۰۰ بنگاه است، فیدیبو، بنیاد سعدی و بسیاری قرار دارند که هر یک به شیوه تجاری خاص عمل می‌کنند. اما با شیوه‌ای که در گروه ادبی شیدا پیش بینی شده، عرضه در همه شیوه‌های علمی و تجاری و تولید پادکست، ویدیو، چاپ مکتوب ممکن است. گرچه پادکست در شیوه معمول رایگان است، اما بهای کم برای فروش، نه تنها مانع جذب خریدار نخواهد شد، بلکه در روحیه مشتری شدن دائمی اثری مثبت دارد. تخفیفات و تشویق به خرید آتی مشتری با تخفیف منظور شده در سیستم، نتیجه خوبی دارد. ما بر این باوریم که برای بهای ناچیزی در حد ۱۰-۲۰ هزار تومان کسی به دنبال سایت رایگان نخواهد گشت.

چشم انداز

ما با واقعیات سر و کار داریم، هرآنچه این جا گفته می‌شود رؤیا نیست، این راه را بسیار کسان رفته‌اند، تنها چیزی که مهم است، پشتکار، جدیت، آینده نگری و امید است: چشم انداز این حرکت، در آینده نزدیک، عبارت است از جذب ده‌ها هزار علاقه‌مند آثار گروه، که همگی خود را در خانواده ادبی گروه شیدا بازیافته‌اند، و با چراغی که برافروخته ایم راه آینده را نشان خواهیم داد! گروه ادبی شیدا،

- با نام «**رادیو شیدا**» در یوتیوب شرکت می‌کند. با یک لیبیل آرم گروه و موارد ادبی قابل ذکر
 - با نام «**گروه ادبی شیدا**» در اینستاگرام برنامه‌های مدون هفتگی و استوری‌ها منظم و دسته‌بندی شده شرکت خواهد نمود.
 - با نام «**شیدابوک**» پادکست های گروه را در سایت ها درج نموده، و برای فروش خواهد گذاشت
- یادمان باشد، که در یوتیوب، هر داستان جداگانه و تک تک پیش بینی شده، که به صورت ویدیویی عرضه خواهد شد، ولی در فروش کتاب صوتی، یک کتاب، یا خلاصه آن،

برنامه زمان بندی و اولویت ها



موسسه فرهنگی دکتر شعار
تأسیس: ۱۳۹۷/۱۲/۲۳ - ۱۴۳۰
Dr. Shoar's Literary Institution

www.drshoar.com Instagram: [Sheida_group_shoar2013@gmail.com](https://www.instagram.com/Sheida_group_shoar2013@gmail.com)
WhatsApp: ۰۹۹۲۴۰۸۸۶۲۷ گروه ادبی شیدا

اولویت کارها به این شرح است:

- تولید پادکست برای یک کتاب، همزمان با تولید ویدیویی اپیزودهای آن کتاب
- نقد کتاب، تولید ویدیو و عرضه در یوتیوب و پیج ها
- چاپ کتاب، از مجموعه‌های ارائه شده در بالا
- عرضه محصولات هنری و نقاشی در NFT
- آموزش: تولید ویدیوی روان‌شناسی، تدریس فن بیان، و سایر آموزش های علمی و ادبی
- مشاوره، تلفنی، حضوری انفرادی و جمعی
- همایش‌ها و برگزاری بزرگداشت‌ها
- مصاحبه و تولید ویدیوی مشاهیر
- تأسیس انجمن ادبی و تشکل علمی، عضویت در انجمن‌ها و اتحادیه‌های بین المللی

برنامه زمانی:

* دوره نخست ۶ ماهه:

- اجرای برنامه تولید پادکست و ویدیوی آثار
- همزمان، نقد ادبی، و نقد کتاب، و تولید ویدیویی آن
- هم زمان عرضه آثار هنری و صنایع دستی در سایت ها

* دوره دوم ۶ ماهه:

- پس از طی دوره نخست، که گروه ادبی شیدا شناخته شده گردیده و دارای علاقه‌مندان و فالوورهای قابل توجه خواهد بود، موارد زیر به اجرا در می آید:
- در مرحله نخست، بهره‌مندی از مجوزهای موجود که با گروه مشارکت نمایند و کلاس‌های آموزشی، مشاوره، مشاوره مالی، مالیاتی، روان‌شناسی و کارآفرینی دایر گردد. در غیر صورت مشارکت، اقدام به اخذ مجوز گردد.
 - ایجاد مشاوره تلفنی و شبکه مخابراتی، آنلاین و پسیو، توسعه دفتر حقوقی و مشاوره در آثار ویدیویی و پادکست
 - گرچه برگزاری همایش‌ها در دوره ۶ ماهه نخست هم قابل تصور است، اما کار جدی در دوره دوم آغاز می‌شود
 - چاپ کتاب در موارد لزوم در دوره نخست هم پیش‌بینی شده، اما دوره دوم برای توسعه کار مناسب‌تر است!



طرح متمرکز کارگروه‌ها،

درآمد و هزینه هر مرکز:

سازمان "گروه ادبی شیدا" با بهره‌گیری از روش ماتریسی و پروژه‌ای، و با ادغام واحدهای سازمانی بر حسب وظیفه تنظیم شده است. واحدهای ستادی، نظیر امور اداری و نیروی انسانی، تحقیق و توسعه، امور مالی و بازاریابی، در عین انجام وظایف، نسبت به انجام وظایفی که برای هر پروژه، و کارگروه انجام می‌دهند، کسب درآمد نموده و هزینه‌های سایر واحدها و کارگروه‌ها به حساب آن‌ها منظور می‌گردد. واحد حسابداری کار تایید شده را، از طریق سایت، تایید کتبی، گوشی و واتس‌آپ در حساب‌های طرفین اعمال می‌کند!

کارگروه‌ها خود موظف به فراهم کردن بستر درآمد و جذب مشتری بوده و استقلال نسبی دارند. بنابر این در امر هزینه‌ها صرفه جویی خواهد شد، ضمن این که نیاز به خدمات واحدهای ستادی نیز به حساب خود کارگروه‌ها می‌باشد، و سهمی از درآمد قراردادها و خدمات انجام شده به حساب کارگروه منظور می‌شود. بنابراین هزینه‌های مدیریتی نیز توزیع می‌گردد و انگیزه کار برای همه دوچندان شده است.

اهداف عملیات سازمان به شرح زیر است:

هر یک از کارگروه‌ها، انجام وظایف و امور فوق را به تناسب تخصص خود عهده دار هستند، و نیاز کمتری به برون‌سپاری هست. اما چارچوب عملیات در اهداف بیان شده، که از آن تبعیت خواهد شد.

سیستم‌های عملیاتی و مالی، متکی به تمرکز درآمد و هزینه کارگروه‌های مستقل

روش تمرکز درآمد و هزینه، از ابداعات مدیر موسسه فرهنگی دکتر شعار است که دارای پیشینه ۳۰ ساله و کاربرد آن در حوزه‌های مالی بوده است. این طرح در یک موسسه برگزارکننده همایش‌های حرفه‌ای حسابداری و تدریس آنلاین نیز تدوین گردیده، و اکنون به عنوان یک امتیاز مهم در این گروه ادبی نیز به کار گرفته خواهد شد.



درآمد: شیوه کار چنین است که گروه های کاری مختلف برای کسب درآمد در حوزه خود فعالیت می کنند، و توسط گروه ادبی شیدا قرارداد با مشتریان بسته می شود. سهم درصد درآمد مدیریتی گروه با عقد قراردادی با گروه کاری مزبور طی قرارداد داخلی تعیین می شود. ثبت حسابداری نیز بر پایه همین قراردادها انجام می گردد.

هزینه: کارگروه ها، برپایه خدماتی که از بخش های مختلف و کارگروه های دیگر دریافت می کنند، هزینه ها را تایید نموده، و حسابداری به ثبت بدهی آنان و بستنکاری کارگروه و یا بخش خدماتی و مدیریتی گروه اقدام می کند. هزینه مبادلات کارگروه های و دواير خدماتی تعریف شده است، و یا بین طرفین توافق می گردد، در نتیجه هیچ وجهی رد و بدل نمی شود. و در هر دوره ای، مانده حساب های هر گروه با پرداخت بدهکاران گروه تسویه می گردد. این شیوه موجب ایجاد انگیزه در کارگروه ها برای کاهش هزینه و کسب درآمد با تلاش و کوشش خودشان می گردد. و نیز از شیوه اعتباری به نحو قابل توجهی استفاده می شود. مهم تر این است که این افراد و موسسات هر یک به تنهایی کاری را انجام می دادند که از شیوه های شخصی و دلخواه خودشان سرچشمه گرفته، در حالی که با گردهم آیی افراد و موسسات توانمند، پتانسیل و توان علمی گروه بسیار بالا می رود. و از سوی دیگر دست رسی به خدمات دیگران به جای پرسه زدن و جست وجو، در داخل گروه اتفاق می افتد.

تقسیم سود: ضمن این که کارگروه ها سهم درآمد خود را از هر پروژه کسب می کنند و در حساب آن ها درج می شود، سهم سود سالانه و مقطعی نیز از سود «گروه ادبی شیدا» به آنان تعلق می گیرد.

سیستم مالی، برپایه نرم افزار دفتری ساده، قابل طراحی و اجرا است، بنابراین هزینه های گروه، تنها منحصر به طراحی سایت، خرید نرم افزار و استفاده از سایت های حامل آموزش آنلاین، خواهد بود. بقیه خدمات و هزینه هایی که برای انجام این امور لازم است در داخل کارگروه های انجام می شود، و مستوجب پرداخت نقد، و در آن واحد نیست.

- **سرمایه گزار،** به مثابه سایر کارگروه ها در جمع گروه ادبی شیدا پذیرفته می شود، الا این که نمی تواند جزو صاحبان سهام باشد، و حساب سرمایه او جداگانه در سیستم مالی درج خواهد شد.



- هیئت مدیره، دارای ۳ عضو سهام دار است که از میان کارگروه ها انتخاب می گردد. سایر موارد برابر قوانین موضوعه بوده که در صورت نیاز بررسی شده و در این طرح منعکس می گردد.

روش های عملیاتی:

- انتخاب موضوع، و برنامه ریزی:

هفتگی و ماهانه، معرفی کتاب، نقد کتاب، جستارهای فرهنگی و هنری، اخبار، برخوانی شعر، رمان، متون نو و کهن

- هماهنگی

- نوشته، محتوا

- اجرا

- ضبط

- ویرایش

- طراحی لوگو و پیش نمایش هر اپیزود

- انتشار و توزیع

- تبلیغات و بازاریابی، (اسپانسر، کتاب و ناشر)

روش بازاریابی و تبلیغات:

قیمت محصولات و برآورد بهای فروش، برپایه هزینه های ثابت و متغیر تولیدات کمی تعیین می شود، با تولید انبوه و بادر نظر گرفتن ارزش برند گروه در آینده هزینه های سربار به صفر نزدیک می شود. بنابراین هدف این خواهد بود که برای سلايق مخاطبين موضوع تولید محتوا شناسایی شود، و در کنار تبلیغ و فروش محصولات گروه، بازارهای جدید برای خواست و نیاز جامعه مصرف کننده در فضای مجازی و فیزیکی کشف و نسبت به تولید و عرضه آن اقدام شود.



ما با اتکا به پشتوانه علمی و درجه دانش و تجربه همکاران گروه معتقدیم که با توجه به محتوای ادبی موجود، در این عرصه رقیب ویژه ای نخواهیم داشت. اما رقبای بالقوه ما هر یک به گونه ای در زمینه های ادبی و هنر فعال هستند، که به تجربه دریافته ایم که به دسته های زیر تقسیم می شوند:

- بلاگ هایی با محور «حرف های دل»، و مدیاهای فراوان از دل نوشته های شخصی. این دسته در بازار رقابت نقشی ندارند.

- گویندگان و صدایپیشه های دلربا، این دسته خود می تواند عرضه کننده آثار ما باشد.

- نهادهای علمی و دایره المعارف ها، مانند بنیاد سعدی، بنیاد شهریار، سمت (سازمان مطالعات و تدوین...)، نهادهای مرجع هستند و برای تهیه محتوا به آنان نیاز هست. اگر هم در زمینه نشر آثار فعالیت کنند، بی شک در محتوای و تدریس آنلاین کم تر فعال هستند، و از جهت دیگر، به سبب تخصصی بودن حوزه های فعالیت، عموم مردم با آن ها آشنا نیستند. این دسته نیز مشتری آثار ما خواهند بود. پیش تر هم برای طرح «برخوانی آثار دکتر شعار» به چند نهاد مانند بنیاد سعدی و کتابخانه های مرکزی درخواست همکاری داده شده است.

- سازمان های پژوهشی دیگر که در نشر آثار فعالیت دارند، مانند مرکز تحقیقات کامپیوتری اسلامی «نور»، که در کار نشر دیجیتال، آثار، و دانلود مقالات و آثار کهنه و نوی نویسنده ها و محققان، و بیش تر در مسائل دینی است، خود بالقوه مشتری برخی آثار ادبی، تاریخی و دینی باشد. این نهاد ردیف بودجه ای یک قرارداد تکثیر دیجیتال برای ۹ اثر زنده یاد دکتر شعار با موسسه دارد.

- نهادهای علمی داری سایت های ادبی، مانند دانشگاه تهران، دانشگاه شریف (وب گاه عروض)، از دسته پژوهشی هستند که احتمال نمی رود مشتری تولیدات ما باشند.

- تولیدکنندگان پادکست، سایت های ارائه کننده کتاب های صوتی، پیج های تبلیغاتی در اینستا، که همگی می توانند حامل محصولات ما باشند! ارتباط مستقیم با ناشران خارجی و مشتاقان آموختن زبان فارسی، هم از راه نهادهای برشمرده می تواند انجام شود، و هم با تبلیغات در سایت ها و تماس مستقیم با مشتریان بالقوه...