

نگاهی به شکل‌گیری و فعالیت‌های کارخانه نوآوری مشهد

میزبان بازیگران زیست بوم نوآوری و فعالیت‌های آن‌ها

شروع داستان کارخانه نوآوری مشهد از سال ۱۳۹۶ است؛ از لحظه‌ای که شهرداری مشهد تصمیم گرفت ایده‌ها، نوآوری‌ها و خلاقیت‌های افراد مستعد و توانمند را دریافت و الگویی برای پیشرفت شهر مشهد و منطقه تدوین کند. در مرحله اول مکان کارخانه کوکاکولا در بولوار کوثر برای این مهم انتخاب شد که از اردیبهشت ۱۳۹۲ در اختیار شهرداری بود. کارخانه بعد از ۵۶ سال تولید مداوم نوشابه و دیگر نوشیدنی‌ها و پس از انتقال به شهرک صنعتی توس به یک فضای بزرگ‌تر و یک متر و یک سانتی‌متر تبدیل شده و نارضایتی‌های زیادی را برای مردم رقم زده بود. به همین منظور سال ۱۳۹۷ تفاهم‌نامه‌ای سه جانبه میان شهرداری مشهد، شتاب دهنده کسب و کار فردوسی و معاونت علمی ریاست جمهوری منعقد شد تا نخستین کارخانه نوآوری شرق ایران، سال ۱۳۹۹ در محل شرکت و کارخانه خوشگوار مشهد شکل بگیرد.

همان‌طور که از نام کارخانه نوآوری مشهد پیداست، محل پدید آمدن فکرها و ایده‌های نوآورانه است. مجموعه‌ای غیرانتفاعی و منطقه‌ای که برای کمک به فرهنگ پویایی و شکل‌گیری اجتماع نوآوری دایر شده و میزبان بازیگران اصلی زیست بوم نوآوری و فعالیت‌های آن‌هاست؛ جایی که سرمایه‌گذاران خطرپذیر، شتاب دهنده‌ها و تأمین‌کنندگان خدمات را گرد هم می‌آورد تا با تأکید بر حل مسائل مدیریت شهری، کسب و کارهای نوآورانه و خلاق را راه‌اندازی کنند یا توسعه دهند.

از نکات قابل توجه کارخانه نوآوری مشهد، تأکید بر حفظ ساختار اصلی بافت کارخانه نوشابه‌سازی است که می‌توان از آن به عنوان پروژه شاخص بازآفرینی فضاهای شهری نیز یاد کرد. در معماری جدید فضای کارخانه نوآوری، فراهم آوردن فضای مناسب و درخور برای حضور متخصصان و خبرگان، افراد خلاق و ساعی و کسب و کارهای جوانان در اولویت قرار گرفته و به این ترتیب، علاوه بر تعریف و ساخت حدود ۱۰ هزار مترمربع زیربنای فیزیکی و کاربردی، امکانات رفاهی، حمایتی و خدماتی متعددی نیز در این فضای پیش‌بینی شده است.

متراژ کاربری فضاهای کارخانه نوآوری

۵۲۰ مترمربع

آمفی تئاتر
در ۲ طبقه

۱۶۳۰ مترمربع

فضای مستقل در
قالب ۲۶ فتر و ۲ طبقه

۵۲۵ مترمربع

فضای اشتراک
کاری

۱۳۰ مترمربع

کافی شاپ

۴۴ مترمربع

کلاس و استودیو
تولید محتوا

۱۳۵ مترمربع

کلاس
آموزشی

۱۲۲ مترمربع

فضای آموزش
تداک

۱۲۶ مترمربع

آزمایشگاه
نوآوری

۲۳۱ مترمربع

اتاق گفت‌وگو و جلسات
در ۵ فضا و ۲ طبقه

۲۵۸ مترمربع

فضای مدیریت
برای استقرار کارگزار

۵۳ مترمربع

فضای پذیرش مجموعه و انبار
صندوق نگهداری امانات

۵۷۸۲ مترمربع

۴۰۷ مترمربع

فضای استقرار ویژه
شرکت‌های بزرگ

مجموع مترتاژ

جایگاه ویژه کارخانه نوآوری در آینده مشهد

در حال حاضر چند دسته از انواع شرکت‌ها بسته به نقش و میزان تأثیرگذاری که در اکوسیستم نوآوری و کارآفرینی دارند در کارخانه نوآوری مشهد حضور دارند و می‌توان گفت کارخانه نوآوری، مأمّن و جایگاه شرکت‌ها و افراد خلاق و نوآور است.

رعایت این رویه پس از چهار سال باعث شده که کارخانه جایگاه ویژه‌ای در زیست بوم فناوری شهر مشهد و شرق کشور داشته باشد. رسیدن به چنین جایگاهی مرهون زحمات تمام کسانی است که در این مدت در بستر کارخانه فعالیت داشته و گام‌های مؤثری برای پویایی آن پیاده کرده‌اند. امروز، نه تنها اعضای زیست بوم نوآوری در مشهد که بیشتر دست‌اندرکاران حوزه خلاقیت و نوآوری کشور به ظرفیت‌های بالای کارخانه نوآوری و نقش سازنده آن در ایجاد شهر و کشور نوآور معترف هستند و می‌دانند که منشأ و مبدأ تحولات بزرگی است. شهرداری مشهد با باور به چنین جایگاهی، بعد از راه‌اندازی کارخانه نوآوری، فعالیت‌ها و برنامه‌های متعددی را در این بستر پیش‌بینی و اجرا کرده و می‌کند؛ از جمله در این روزها آکادمی نوآوری، کلینیک نوآوری و لیگ خلاقیت راه‌انداخته که همه در راستای وظیفه و مسئولیت اجتماعی شهرداری مشهد است.

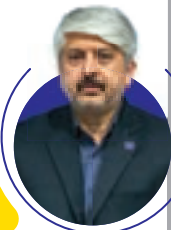
علاوه بر این با ایجاد پشتیبان لازم در این حوزه و راه‌اندازی دفتر خلاقیت و نوآوری شهری کوشیده که در کنار ایفای مسئولیت اجتماعی خود، از طریق خلاقیت و نوآوری قدمی مؤثر نیز در حل مسائل شهری بردارد. از این رو کارخانه نوآوری، جایگاه ویژه‌ای در آینده شهر مشهد خواهد داشت؛ آینده‌ای که با حضور جوانان مستعد فرهیخته به طور حتم محقق خواهد شد.

نوآوری در اختیار مردم

نوآوری، به ویژه نوآوری اجتماعی، زمانی مفهوم پیدامی‌کند و تبلور می‌یابد که در اختیار مردم باشد و مردم به عنوان مصرف‌کننده نهایی از آن منتفع شوند. اگر نوآوری در اختیار تکنولوژی و فناوری باشد و مردم و مصرف‌کننده نهایی از آن بی‌بهره باشند، نه تنها چار تأخر فرهنگی خواهیم شد بلکه زنجیره نوآوری یا همان نوآوری اجتماعی نیز هرگز تکمیل نخواهد شد.

یکی از پرسش‌های کلیدی درباره مفهوم نوآوری این است که «چرا نوآوری در سال‌های اخیر، تا این حد، توجهات را به خود جلب کرده است؟» برای پاسخ به این سؤال مهم باید به سرعت بسیار زیاد تغییراتی نگاه کنیم که جهان را تحت تأثیر خود قرار داده است. دنیای در حال گذار از «عصر صنعتی» به «عصر دانش» است و در این شرایط به شدت ناپایدار، برتری استراتژیک، در رهبری تغییرات است، نه در دنباله‌روی از تغییرات. نکته اینجاست که رهبری تغییرات در فضای کسب و کار نیز از طریق نوآوری به وقوع می‌پیوندد. «نوآوری» همان چیزی است که در طول سه قرن اخیر در حاشیه صنعت و بخشی از فعالیت دانشگاهی محسوب می‌شده است. به این معنا که اگر شخصی ایده نوین داشت یا باید به صنعت ملحق می‌شد یا به دانشگاه می‌رفت و از ابزارهایی که با مالیات عمومی در دانشگاه‌ها وجود داشت، برای نوآوری استفاده می‌کرد. این دو، همه فضاهایی بوده که نوآوری طی سه قرن در اختیار داشته است، اما در چهار سال اخیر با شتابی فزاینده، نهادهای «تعلیم و تربیت»، «علم» و «صنعت» برای نوآوری جابجا کرده و برای آن، یک ساختار (اکوسیستم یا همان زیست بوم) هم ساخته‌اند.

باید بدانیم که فضای نوآوری، فضایی بسیار کنترل‌کننده است؛ فضایی است که از روان‌شناختان ذهن شما در آن جهت‌دهی می‌شود و به مقصد می‌رسد. در اصل شما در مسیر مسیری کاملاً مشخص نوآوری انجام می‌دهید که از طریق روان‌ناخودآگاه و خودآگاه مدیریت شده است. در این مسیر تصویر نوآوری را برای شما خلق می‌کنند تا محققش کنید پس نوآوری تنها یک ساختار و فرایند فنی نیست و می‌توان آن را در پدیده و قواره اجتماعی دانست. ترویج و توسعه نوآوری در داخل شرکت‌ها، مؤسسات و سازمان‌های گوناگون اعم از خصوصی و عمومی، اقتصادی یا غیرانتفاعی و همچنین سازمان‌های مردم‌از شبکه‌سازی نشئت می‌گیرد. در مقابل نیز زمانی نوآوری محقق می‌شود که مصرف‌کننده نهایی یا همان مردم، از آن بهره ببرند و منتفع شوند.



مدیرکل خلاقیت و نوآوری شهری شهرداری
سید رحمان میرزاییان



مدیر کارخانه نوآوری مشهد
محمد جواد مشیری