

بررسی چالش‌های پیش روی کسب و کار در رشته طراحی صنعتی

دانشجو:

فاطمه شجاعی*¹، ناهید شجاعی²

1. دانشجوی دانشگاه الزهراء (س) تهران

2. آموزش و پرورش کرمان

۱- (Abstract) چکیده

امروزه به دلیل محدودبودن تولیدات داخلی در ایران و پایین بودن سطح تکنولوژی در تولید بیشتر طرح‌ها کپی برداری از نمونه خارجی بوده و سرمایه‌گذاری خاصی روی طرح‌های جدید داخلی صورت نگرفته است.

خیلی از صنایع و کارخانجات با شغل طراحی صنعتی آشنا نبوده و کار آنها را در واقع متخصصان دیگری انجام می‌دهند. در نتیجه: - فرصت‌های اشتغال طراحان صنعتی و معماری محدود بوده

- پیش‌بینی نشدن شغل طراحی صنعتی و معماری در وزارت کار و روشن نبودن جایگاه آن در کشور

- عدم سرمایه‌گذاری جهت طرح‌های جدید کارخانه‌دارها جهت طرح جدید سرمایه‌گذاری نمی‌کنند.

- عدم ارتباط نزدیک بین صنعت و دانشگاه عدم شناخت صاحبان صنایع از رشته طراحی صنعتی و معماری.

بنابراین مقاله فوق به بررسی چالش‌های پیش روی کسب و کار در طراحی صنعتی و معماری پرداخته و این مقاله با روش توصیفی پیمایشی و با رویکرد کل نگر انجام گرفته است و تحقیق میدانی محسوب می‌شود و در آخر به ارائه راهکارهای کسب و کار در این رشته پرداخته است.

کلید واژگان: چالش، کار و کسب، طراحی صنعتی و معماری

مقدمه:

از آنجا که طراحی صنعتی تلفیقی از هنر و صنعت است اما طراحان صنعتی به منظور ارائه طرح‌های کاربردی تر و موردپسند مشتریان و بازار که از اصول مطرح شده در طراحی صنعتی است باید با بازاریان، واحد فروش و واحد تحقیقات بازار ارتباط تنگاتنگ داشته باشند درک ما از صنعتی که بدون ورود و خروج کسب و کار در این فرایند درک ناقصی است (Dericnne 2010)

راهبرد کسب و کار در این رشته در سال‌های اخیر مورد توجه محققان و دانشمندان حوزه طراحی صنعتی قرار گرفته است.

مقوله طراحی صنعتی با تاثیر در کیفیت عملکرد ارگونومی، شکل ظاهری، گرافیک و بسته‌بندی می‌تواند نقش مهمی در جلب رضایت مصرف‌کنندگان و کسب کار ایفا نماید. از همین رو طراحی صنعتی دارای جایگاه مهمی در کسب و کار و توسعه بازار خصوصاً در

بازارهای بین‌المللی می‌باشد.

اگر طراحی به عنوان موضوعی که مشکلات و نارسایی های شرایط موجود را برطرف می کند تعریف شود می تواند در محصولات، خدمات، فرایندها، مکان های فیزیکی، روش رهبری و هر چیزی که نیاز به بهتر شدن دارد به کار گرفته شود.

موفقیت در این رشته به دانش، خلاقیت، بینش و ذوق هنری افراد بستگی دارد و باید به وظایف خود در زمینه کسب و کار توجه خاص داشت از جمله این وظایف عبارتند از:

- طرح و ایده و ایجاد نقشه

- بررسی هزینه های مواد و تولید برای تعیین ملزومات ساخت

- کسب اطلاعات و افزایش آگاهی

- استفاده از نرم افزارهای رایانه ای برای ایجاد مدل های مجازی طرح های مختلف کار

- ارزیابی ایمنی، ظاهر و عملکرد محصول برای تعیین عملی بودن طرح

- ارائه طرح ها و نمونه ها به مشتریان برای تایید

در نهایت باید در نظر داشت که رویکرد طراحی صنعتی به عنوان یک گزینه مطرح نمی باشد، بلکه با توجه به رقابت در سطح ملی و بین المللی و با در نظر گرفتن توان فنی و علمی مناسب در کشور، صنایع و سازمان ها به ویژه شرکت های دانش بنیان الزام به استفاده از رویکرد و دانش طراحی صنعتی دارند تا بتواند پاسخگوی نیازهای بازار باشند.

پیشینه

پژوهش های متعددی در خصوص مدل های کسب و کار در رشته های مختلف صورت گرفته است و جست و جویی که استوروالدر و همکارانش در پایگاه مقاله های پریمیر انجام داده اند نشان داده است ورود واژه ی کسب و کار به پنج دهه اخیر برمی گردد. این واژه نخستین بار در یک مقاله دانشگاهی از بلمن و کلارک در سال 1957 دیده شد. در سال 1960 در عنوان و چکیده مقاله ای از جونز به کار رفت. پس از آن آلفرد چندلر در سال 1961 در کتاب خود با عنوان استراتژی و ساختار، گزارشی جامع و مفصل از رشد سریع و تغییرات حاصل از آن را در شرکت های صنعتی ارائه کرد و در آن به مفهوم مدل کسب و کار صنعتی اشاره کرد. او چگونگی پاسخ گویی شرکت ها و سازمان ها به چالش های متفاوت حاصل از تغییرات محیطی یا داخلی شرکت و سازمانهای دولتی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد و اهمیت مدل کسب و کار صنعتی را نشان داد (استوروالدر، 2004). پس صاحب نظران دیگری نیز در این خصوص به پژوهش می پرداختند.

تعاریف مدل کسب و کار صنعتی را از نظر کانون توجه می توان به سه رویکرد اقتصادی، عملیاتی و استراتژیک طبقه بندی کرد. رویکرد اقتصادی بر سود شرکت ها و سازمانها تمرکز دارد و درآمدزایی و حفظ موجودیت و بقا را مورد توجه قرار می دهد.

رویکرد عملیاتی بر فرایندهای داخلی شرکت ها و سازمانها و بر زیرساخت ها توجه دارد که امکان ایجاد ارزش را برای آنها فراهم می کند .

هدف این سیستم طراحی کسب و کار رقابتی برای حفظ سازمان است .

رویکرد استراتژی: تاکید بر ایجاد و رشد فرصت‌ها است. ایجاد مطلوبیت برای مشتریان و تعیین وظایف محوله در سازمان را حمایت می‌کند و در نهایت بر سودآوری تاکید دارد (کوجالها و همکاران، 2010)

چسبروگ و ازنبوم بر این باورند که مدل‌های کسب و کار موفق در رشته صنعتی با ایجاد منطق‌های ابتکاری، قابلیت‌های فنی را با ارزش‌های واقعی اقتصادی مرتبط می‌سازد. (نوردلند، 2007)

مدل کسب و کار در صنعت سیستمی است که مشکل شناخت مشتریان شرکت و سازمانها و درگیر شدن با نیازهای آنها، تامین رضایتشان و روش تامین درآمد از ارزش که به آنها ارائه می‌شود را حل می‌کند. (فولر و هافلینگر، 2013)

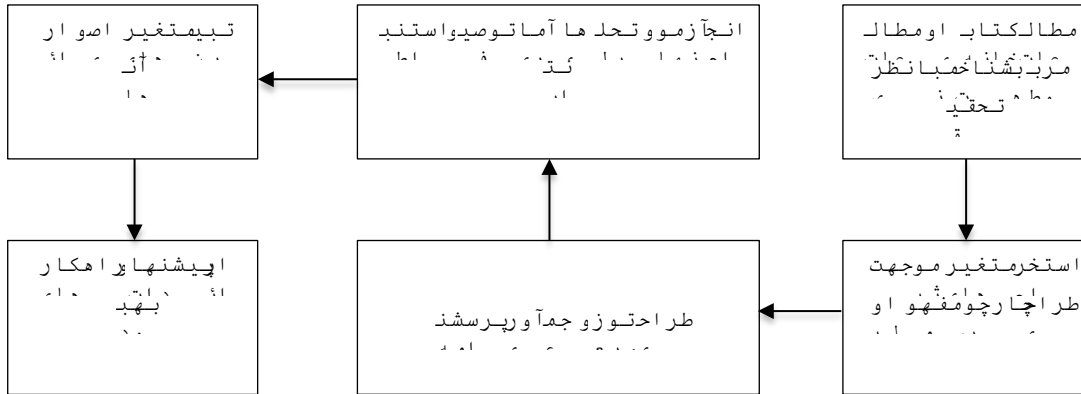
محقق روحاجی حیدری (1389) نیز در ایران با انجام پژوهشی پنج مرحله‌ای و پیش‌شناسی تغییر مدل کسب و کار صنعتی را شناسایی کرده و مستندسازی مدل کسب و کار صنعتی فعلی سازمانها و شرکت‌ها و انتخاب بهترین راه حل برای تغییر مدل کسب و کار صنعتی مبتنی بر استفاده از فن‌آوری، تخصص، شناسایی و تشخیص به کارگیری راه کار منتخب بر اجرای مدل فعلی و بهبود نتایج حاصل از تغییر مدل کسب و کار صنعتی را یک دوره زمانی معرفی کردند.

روش پژوهش

در این تحقیق در گام نخست جهت شناخت مبانی نظری تحقیق صورت گرفته و متغیرهای موثر در ارزیابی موفقیت با بررسی ادبیات گردآوری گردید.

در گام دوم پس از استخراج عوامل و معیارها چارچوب مفهومی اولیه پژوهشی حاصل مطالعه مبانی نظری تحقیق و مدل‌ها و متغیرهای پژوهشی توسط صاحب نظران مختلف براساس هم‌پوشانی متغیرهای بررسی شده توسط آن‌ها، متغیرها و ابعاد شناسایی و استخراج شده و چالش‌های پیش روی کسب و کار در طراحی صنعتی به تفکیک اهمیت در چهار حوزه پس از مصاحبه با چهار فرد خبره با تجربه حداقل چهار سال سابقه فعالیت در حوزه صنعت جهت تعیین ابعاد مدل پژوهشی طراحی گردید.

در گام سوم؛ طراحی، توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه انجام گرفته است و در گام چهارم تحقیق بر مبنای داده‌های جمع‌آوری شده از پاسخ دهندگان تجزیه و تحلیل اثربخشی هر یک از چالش‌ها صورت گرفته است. در مراحل بعدی بر مبنای روش آزمون‌های آماری و استنباطی (کولموگروف، اسمیرنوف، دو جمله‌ای تی، استیودنت و فریدمن) استخراج و شناسایی شده‌اند.



شکل 1- مراحل روش علمی و فعالیت های صورت گرفته توسط محقق

بدین ترتیب به منظور انجام فرایند پیمایشی، پرسشنامه ای شامل 20 پرسش در سه بخش طراحی گردید. بخش ابتدایی پرسشنامه اطلاعات جمعیت شناختی پرسش شونده را مورد سوال قرار داده و بخش دوم نیز به ارزیابی چالشهای کسب و کار در رشته طراحی صنعتی در چهار حوزه اندازه گیری می شوند. طیف لیکرت در این قسمت از درجه اهمیت خیلی کم تا خیلی زیاد را پوشش می دهد. تا دقت انتخاب افزایش یابد و پاسخ مناسبی برای تحلیل داده ها جمع آوری گردد. در انتهای پرسشنامه گزینه ای باز طراحی شده است تا پاسخ دهندگان نظرات خود را بدهند.

جامعه آماری مورد هدف پژوهش در بخش اول مدیران و کارشناسان کسب و کار در صنعت و متخصصان طراحی و فناوری و در بخش دوم کلیه صاحب نظران و خبرگان در زمینه مشاوره کسب و کار در رشته طراحی صنعتی با سابقه اجرایی حداقل 4 سال در نظر گرفته شده است.

از نظر روایی و اعتبار محتوا متغیرهای اصلی پرسشنامه به صورت کامل از ادبیات و منابع معتبر علمی از جمله مقالات تخصصی، مجلات بین المللی استخراج شده اند. از نظر روایی و اعتبار صوری نیز پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق به اساتید و سه نفر فرد خبره و مجرب با تحصیلات عالی و تجربه چندین ساله در این حوزه ارائه شده است. پس از جمع آوری داده ها از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید که ضریب همبستگی در همه شاخص ها بالای 70٪ می باشد که نشان دهنده پایایی مناسب پرسشنامه می باشد.

پرسشنامه تهیه شده در میان اعضای نمونه از جمله صنایع مس سرچشمه کرمان، خودروسازی بم و شرکت های شهرک صنعتی خضراء کرمان توزیع گردید. در مجموع 28 پرسشنامه تکمیل شده توسط مدیران و کارشناسان حوزه صنعت جمع آوری شد.

12 پرسشنامه نیز از بخش دوم جامعه آماری توسط صاحب نظران مجرب در این حوزه تکمیل گردید.

در نهایت محقق توانست 40 پرسشنامه معتبر و قابل استفاده جهت تجزیه و تحلیل داده های تحقیق را جمع آوری کند.

با بررسی ادبیات موجود و پرسشنامه ها، چالش های کسب و کار و رویکردهای گوناگون آن در جهان نشان می دهد که کسب و کار طراحان صنعتی با چالش های عملی و نظری متعددی روبرو است و با پیشرفت جهانی شدن این رشته در آینده این چالش ها پیچیده

تر خواهند شد. همچنین کسب و کار طراحی صنعتی به صورت رشته علمی نیازمند شبکه سازی و جهانی شدن است. در این صورت بهتر می تواند هدف نهایی این رشته که بالا بردن کیفیت طرح و عملکردها را در همه سطوح بهبود بخشد .

بیان مسئله

با تاسیس هر بنگاه تجاری یک مدل کسب و کار به صورت آشکارا (عینی، تشریحی) و خواه به صورت نهایی (ذهنی، تکوینی) (1) و (2) جهت طراحی ساختار تعاملات آن به کار گرفته می شود. اگر مدل کسب و کار طراح صنعتی را منطق اصلی سازمانها و شرکت و انتخاب های راهبردی آن برای ایجاد و جذب (سهم خواهی) ارزش درون شبکه در نظر بگیریم عدم تشخیص یک مدل کسب و کار مناسب در طراحی صنعتی منجر به ناکامی سازمانها و شرکت های صنعتی در دستیابی به اهداف آن می شود.

همچنین اطلاعات و ارتباطات دو ابزار اساسی موردنیاز هر کسب و کاری هستند بخصوص کسب و کار طراحان صنعتی در انزوا و بدون حمایت نهادها و سازمان ها و انسان ها امکان پذیر نیست .

کسب و کار طراحان صنعتی مستلزم کشف یک نیاز اجتماعی است و کشف نیازهای اجتماعی به شناخت اجتماع و نیازهای آن و بافت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی آن وابسته است.

در شناسایی نیاز هر فعالیت طراح صنعتی ایده پرداز یا تئوریسین می بایست نسبت به محیط بینش و بصیرت داشته باشد و بداند چه راه حل هایی برای رفع آن نیاز در نقاط دیگری از دنیا ارائه شده است.

بنابراین اطلاعات و دانش مانند ارتباطات از ملزومات هر فعالیت طراح صنعتی است و گسترش روزافزون طراحی در عرصه های گوناگون بخصوص صنعت که بر مبنای پیدایش نیازهای جدید صورت می گیرد، سبب شده است تا هرروز افراد طراح صنعتی با چالش های بیشتری مواجه گردند و براساس اهمیت نقش بستر ساز کسب و کار طراحان صنعتی وظیفه نهادهای مسئول مدنی و اجتماعی مشخص می شود. دولت ها باید بستر کسب و کار طراحان صنعتی و معماری را در تمام حوزه ها توسعه دهند و تقویت بخشند.

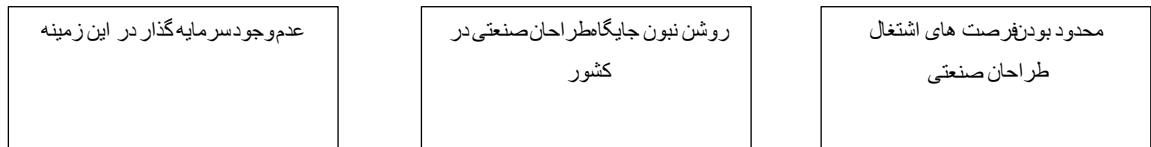
سیستم آموزشی در کشورهای پیشرفته جهان با سیستم آموزشی طراحی صنعتی در کشور ما تا حدود زیادی متفاوت و حتی گامی متناقض است. به تبع این مشکل نقایص زیادی در فرایند آموزش و تربیت طراحان صنعتی و معماری جهت بازار کار در ایران دیده می شود. از طرف دیگر محدودیت بازار کار و از همه مهم تر فقر اطلاعاتی صنعت، بازار و دانشگاه نسبت به یکدیگر مزید بر علت می شود تا انزوای طراحی صنعتی بیشتر دیده شود و چالش های زیادی پیش روی این رشته جهت کسب و کار به وجود می آید.

تجزیه و تحلیل داده ها

در این بخش که تجزیه و تحلیل داده های پژوهش پرداخته شده است. از میان 40 نفر پاسخ دهنده که در این تحقیق شرکت کرده اند اکثریت شرکت کنندگان با توجه به جامعه آماری در نظر گرفته شد. مرد (82/5 درصد) بوده و بیشتر پاسخ دهندگان دارای مدرک کارشناسی ارشد (55 درصد) می باشند. همچنین مشخص گردید که 31 نفر از پاسخ دهندگان بین 3 تا 5 سال سابقه فعالیت اجرایی / پژوهشی در حوزه صنعت و کار و کسب دارا می باشند. که بیشترین تعداد یعنی 79/49 درصد را به خود اختصاص داده است.

در نهایت با توجه به داده های بدست آمده مشخص گردید که حوزه فعالیت پاسخ دهندگان بیشترین تعداد یعنی 50 درصد مربوط به شرکت های خصوصی می باشد. همچنین حوزه فعالیت سایر پاسخ دهندگان شامل 19 درصد سازمانهای دولتی، 8 درصد شرکتهای خرد و کوچک صنعتی، 8 درصد شرکت های مشاوره کسب و کار، 15 درصد خبرگان و صاحب نظران این حوزه می باشد.

نتایج حاصل از آزمون های آماری حاکی از آن است که از میان 30 عامل استخراج شده از ادبیات موضوع جهت چالش پیش روی کار و کسب در رشته طراحی صنعتی و راهکارهای موفقیت در این حوزه برحسب نظر اعضای نمونه آماری 14 عامل تاثیرگذار شناسایی شدند



شکل 2- چالشهای کسب و کار طراحی صنعتی

نتیجه گیری

پژوهش حاضر نیاز به ضرورت رفع چالشهای پیش روی کسب و کار در رشته طراحی صنعتی را مطرح نمود و نشان داد که می توان تاثیر مستقیمی بر بهبود عملکرد سازمانها و شرکت ها داشته باشد و منجر به ارتقای فضای کسب و کار در این زمینه شود.

براساس یافته های پژوهشی و نتایج حاصل از پرسشنامه گردآوری شده از صاحب نظران و خبرگان نمونه آماری راه کارهای پیش رو برای بهبود وضعیت کسب و کار مورد استفاده در سازمانها و شرکت ها صنعتی و همچنین توصیه های کاربردی برای پیاده سازی موفق کسب و کار طراحان صنعتی با تمرکز خاص بر روی چالش های پیش روی ارائه می گردد.

مساله مهم در این حوزه جهت ذخیره مناسب منابع ذهنی در سازمانها و شرکت های صنعتی وجود فرد یا سیستمی است که اطلاعات و دانش را فیلتر و پالایش می نماید افراد متخصصی نمی باشند و برای همین فرصتهای شغلی را از طراحان صنعتی گرفته و به غیرتخصصی واگذار می کرد.

به همین منظور افراد فوق باید متخصص و به نوعی با نیازهای سازمانی هم سو باشند و همچنین به دلیل عدم شناخت صاحبان صنایع از رشته طراحی صنعتی باید آگاهی و اطلاعات لازم در دسترس این افراد در سطوح مختلف سازمان و شرکت های صنعتی در زمان مناسب به صورت آگاهانه قرار گیرد تا بتوانند از این طریق جهت طرح های جدید سرمایه گذاری لازم را انجام بدهند.

همچنین به سازمانها و شرکت های صنعتی توصیه می گردد برای ارزیابی داده ها و اطلاعات عواملی همچون بهبود یکپارچگی مناسب و کاربردی بودن اطلاعات جهت استفاده کارا و موثر به منظور برقراری ارتباط دوطرفه به صورت پویا بین طراح و موسسات و سازمانهای صنعتی توجه ویژه نمایند، که این امر به نوبه خود منجر به جذب فارغ التحصیلان این رشته به کسب و کار، بهبود و بهره وری فرایندها و عملکرد سازمان می گردد.

پیشنهادات و راهکارها:

طراحی صنعتی به عنوان علمی نوپا که سعی در حل معضلات اقتصادی جامعه و رفع مشکلاتی همچون بیکاری و عدم کسب و کار و رکود را دارد. به عنوان یکی از راه های حل مسائل اقتصادی و ایجاد فضای کسب و کار طراحی پویا و با نشاط تلقی می گردد .

طراحان صنعتی راه حلی برای مشکلات اقتصادی سرمایه گذاران صنعت امروز است و توسعه و ترویج آن از نیازهای جدی جهت رفع چالش های موجود در اقتصاد ایران است .

در شرایطی که کاهش سرمایه گذاری از یکسو بهره وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان های وابسته به دولت از دیگر سو و خیلی تازه واردان به عرصه کار از سوی دیگر بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و یک ضرورت جدی اقتصادی و اجتماعی این زمان در همه رشته ها به خصوص طراحی صنعتی بدل کرده است .

به نظر می رسد که توسعه کسب و کار در طراحی صنعتی و ترویج آن در ایران یک ضرورت جدی اقتصادی و اجتماعی است.

قوی کردن ارتباط بین دانشگاه و صنعت به عنوان یک مقوله کارآمد در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی و موفقیت برنامه های آینده یک طراح صنعتی ضرورتی امکان ناپذیر است.

تربیت نیروی متخصص و کارآمد از یک طرف اشتغال به کار فارغ التحصیلان دانشگاهی از طرف دیگر از جمله مسائلی است که ذهن مسئولان را به خود مشغول کرده است.

در این مورد دانشگاه با کسب اطلاعات از صنعت و تربیت نیروی متخصص مورد نیاز صنعت همت گمارد و آن را قادر به رقابت کند و موجب رشد آن شود و صنعت با به دست آوردن دانش و اطلاعات علمی نوین از دانشگاه ضمن رشد خود در به روز درآمدن دانش در دانشگاه ها از طریق ایجاد نیازهای جدید به آن یاری رساند.

پس بدون دستیابی به توسعه صنعتی دستیابی به توسعه اقتصادی مفهوم مناسبی نخواهد داشت. برقراری ارتباط صنعت و دانشگاه می تواند نیازهای این حوزه برای وصول توسعه و ارتقای کیفی را تعیین و برنامه های دانشگاه برای پرورش نیروهای مورد نیاز تدوین کند.

پس ضمن بررسی چالش های کسب و کار در رشته طراحی صنعتی به ارتباط میان این دو موضوع پرداخته و روابط میان آن دو را تبیین کرده ایم.

مهارت ها و توانمندی های مورد نیاز طراحی صنعتی

- خلاقیت: از آنجا که طراح صنعتی کارش تغییر یا طراحی مجدد می باشد، داشتن خلاقیت بالا از ابزار اصلی کار به حساب می آید.
- دقت و توجه به جزئیات
- ارتباط بین فردی خوب
- مهارت حل مسئله: برای حل سریع هر نوع مشکل یا ایرادی که در روند طراحی محصول ممکن است پیش آید.
- مهارت فنی و مکانیکی: طراح صنعتی برای طراحی یا تغییر در بسیاری از محصولات باید با اجرا و روند ساخت آن آشنا باشد که داشتن علوم مکانیک بسیار کمک کننده است .

- مدیریت زمان: برای تحول سفارشات و کارها در موعد مقرر
- توان شناخت و درک خوب نیازها و علایق مشتریان
- آشنایی با فرایندهای ساخت، تولید و مواد سازنده محصول

مهارت های مربوط به استفاده از نرم افزارهای طراحی صنعتی

یکی از مهم ترین نرم افزارهای کمکی در طراحی صنعتی نرم افزارهای رایانه ای است که کمک زیادی می تواند به طراح صنعتی در جهت رسیدن به اهدافش باشد. بنابراین اگر کسی می خواهد در شغل طراحی صنعتی موفق باشد، یادگیری نرم افزارهای تخصصی یکی از راه های اصلی است.

محدودیت ها

مقاله حاضر با توجه به اینکه جز اولین تحقیقات علمی در حوزه چالشهای کسب و کار طراحان صنعتی به صورت خاص بود. مشکلات و محدودیت های زیادی پیش رو داشت .

- مهم ترین محدودیت را شاید بتوان عدم درک هدف و ماهیت مقاله از سوی جامعه مدیریت و حتی جامعه کارشناسان دانست که موجب کندی فرایند تحقیق گردید.

- از دیگر محدودیت ها همچون سایر پژوهش های صورت گرفته در کشور امکان دسترسی به منابع معتبر علمی و مقالات تخصصی وجود نداشته است .

- محدودیت دیگر مقاله حاضر این است که چون در بازه زمانی محدودی انجام شده است، عدم تعمیم پذیری نتایج تحقیق به کلیه سازمانها و شرکت های صنعتی در کل کشور با توجه به جامعه پاسخ دهنده می باشد. البته لازم به ذکر است اگرچه محقق به دنبال تعمیم نتایج حاصله به کل سازمانها و شرکت های صنعتی کشور نبوده است، لکن از نظر منطقی شاید برقراری چنین ارتباطی چندان نامرتب نباشد.

منابع

- آل علی فرهاد، آرمان احسان، بررسی و تبیین انواع نوآوری در طراحی صنعتی، نشریه هنرهای زیبا و هنرهای تجسمی، دوره 21، شماره 4، زمستان 1395
- تاریخ، محمدجعفر و مهاجری، حسین، هوش تجاری، نگرشی پویا در عرصه کسب و کار، انتشارات دانشگاه صنعتی، خواجه نصیرالدین طوسی چا اول، دی ماه 1391.
- رضوانی، مهران، مفهوم پردازی بازاریابی کارآفرینانه بین الملل در صنعت، 1389
- رهنمای رودپشتی، ف و عاضدی تهرانی، ش هوش تجاری مالی، اولین همایش ملی هوش تجاری و کسب و کار، 1389.



- زارعی فارسانی، احسان، بحران هویت در طراحی صنعتی، همایش اسفند 1396.
- کوهزادی، فؤاد، بازاریابی صنعتی، همایش کار و کسب صنعتی، دانشگاه پیام نور، 1392.