



# واکاوی چالش‌های صنعت اسباب‌بازی و ارائه راهکارهای تقنینی





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شماره مسلسل: ۱۹۴۲۳  
کد موضوعی: ۲۷۰



مرکز پژوهش‌های  
مجلس شورای اسلامی

تاریخ انتشار:  
۱۴۰۲/۹/۱۱

عنوان گزارش:  
واکاوی چالش‌های صنعت اسباب‌بازی و ارائه راهکارهای تقنینی

نام دفتر:  
مطالعات فرهنگ و آموزش (گروه فرهنگ عمومی، هنر و صنایع خلاق)

تهیه و تدوین:  
محمدامین قاسمی پیر بلوطی

ناظران علمی:  
رضا مستمخ، موسی بیات

اظهار نظر کنندگان خارج از مرکز:  
علی مهری، عادل مقصود پور، حامد تأملی، هانی فتوت، اعظم میرزمانی،  
مجتبی سادات سرکی، محمود سلگی، آیدین مهدی‌زاده تهرانی، مهدی نجار نوبری،  
فهیمة محمدزمانی، کوروش اسلامی، محسن حموله، فریبا شاهی، علیرضا لولاگر،  
لیلا بابایی، اکرم مشرفی، فاطمه محمدی، یونس امرادی

گرافیک و صفحه آرایی:  
سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی:  
سیده مرضیه موسوی‌راد

واژه‌های کلیدی:  
۱. اسباب‌بازی  
۲. سبک‌زندگی  
۳. صنایع خلاق  
۴. سرگرمی  
۵. کودک و نوجوان  
۶. موج کره‌ای



## فهرست مطالب

۶	چکیده
۷	خلاصه مدیریتی
۹	۱. مقدمه و بیان مسئله
۱۱	۲. جایگاه اسباب‌بازی در اسناد و مصوبات قانونی
۱۳	۳. نگاهت نهادی حوزه اسباب‌بازی
۱۶	۴. مسائل و چالش‌های صنعت اسباب‌بازی
۲۰	۵. راهکارهای پیشنهادی
۲۳	منابع و مأخذ

## فهرست جدول و شکل

۱۱	جدول ۱. جایگاه بازی و اسباب‌بازی در اسناد بالادستی
۱۲	جدول ۲. اهم مصوبات اختصاصی حوزه اسباب‌بازی
۱۴	جدول ۳. نگاهت نهادی ذی‌نقشان و ذی‌نفعان صنعت اسباب‌بازی
۱۶	جدول ۴. مجموعه مسائل و چالش‌های صنعت اسباب‌بازی
۱۳	شکل ۱. ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی



## واکاوی چالش‌های صنعت اسباب‌بازی و ارائه راهکارهای تقنینی

### چکیده



اسباب‌بازی محصولی فرهنگی و از مهم‌ترین عوامل الگوساز و تأثیرگذار در شکل‌گیری شخصیت و پرورش خلاقیت و مهارت‌های کودکان و نوجوانان و حتی بزرگسالان است. صنعت اسباب‌بازی نیز از جمله صنایع فرهنگی و خلاق است که با تنوع بالای خود گستره وسیعی از علایق و سلیق را در بستر سرگرمی و رفتارسازی فرهنگی در بر گرفته و از گردش مالی قابل توجهی نیز در صنعت سرگرمی برخوردار است. در بازار اسباب‌بازی ایران، مغایرت‌ها و کمبودهای اطلاعاتی پرشماری در آمارهای موجود، قابل تشخیص است؛ باین حال، در مجموع سهم پایین تولیدات داخلی استنباط می‌شود. در بُعد اسناد و مصوبات نیز رویکرد سیاستی مشخص و هدفمندی قابل دریافت نیست و به‌طور کلی به سیاستگذاری در این حوزه کم‌توجهی شده است. از این منظر، اصلی‌ترین و پراولویت‌ترین چالش‌های صنعت اسباب‌بازی عبارتند از: (۱) برخوردار نشدن صنعت اسباب‌بازی از تسهیلات بخش فرهنگ، (۲) کاستی‌های جدی در نظام آمار و مدیریت دانش، (۳) رعایت‌نشدن حقوق مالکیت معنوی تولیدکنندگان داخلی و رواج کپی غیرقانونی، (۴) خلأ نظام صنفی صنعت اسباب‌بازی، (۵) سهم بالای کالای قاچاق در بازار و (۶) کم‌توجهی به پیوست‌نگاری و بازارپردازی فرهنگی.

با تمرکز بر مسائل یادشده، راهکارهای ذیل پیشنهاد شده‌اند: (۱) افزودن محصولات اسباب‌بازی به فهرست کالاهای فرهنگی مشمول تسهیلات مالیاتی، (۲) ایجاد نظام آمار و بسترهای مشورتی و توسعه‌دهنده (نظیر استارت‌آپ و انکوباتور)، (۳) صیانت از حقوق مالکیت معنوی طراحان و تولیدکنندگان با بهره‌گیری توأمان از ابزارهای سلبی و ایجابی، (۴) تشکیل و تقویت نظام صنفی صنعت اسباب‌بازی، (۵) مقابله با کپی غیرقانونی و قاچاق و (۶) طراحی الزامات و مشوق‌های تقویت پیوست فرهنگی.

## ■ بیان / شرح مسئله

اسباب‌بازی به‌عنوان یک محصول فرهنگی با سبک زندگی اعضای جامعه - به‌ویژه کودکان و نوجوانان - ارتباطی عمیق و تأثیرگذار دارد. از این‌رو، ورود و مصرف بی‌رویه اسباب‌بازی‌های خارجی متضمن سبک زندگی غربی، زمینه شکل‌گیری الگوهای نگرشی، هنجاری و رفتاری نامطلوب را در مخاطبان فراهم می‌کند. صنعت اسباب‌بازی نیز با تنوع و گستره بالای خود، از صنایع فرهنگی و خلاق کلیدی در زمینه سرگرمی و رفتارسازی فرهنگی به‌حساب می‌آید.

حجم بازار جهانی اسباب‌بازی از ۹۰/۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ به ۱۰۷/۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ رسیده که نشان‌دهنده نرخ رشد مرکب سالانه ۳/۵ درصدی طی بازه زمانی یادشده است. در سطح داخلی، متأسفانه آمار و اطلاعات شفاف و جامعی از وضعیت بازار اسباب‌بازی در دسترس نیست و بررسی آمارهای اندک حاصل از تخمین‌های صورت‌گرفته، مغایرت‌ها و کمبودهای اطلاعاتی پرشماری را نمایان می‌کند.

رویکرد سیاستی مشخص و هدفمندی در خصوص ساماندهی و بهبود صنعت اسباب‌بازی در اسناد و مصوبات بالادستی قابل‌دریافت نیست که نشان‌دهنده کم‌توجهی به سیاستگذاری در این حوزه است، البته در «سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم» مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی، صنعت اسباب‌بازی به‌عنوان یکی از حوزه‌های مهم فناوری‌های فرهنگی و نرم لحاظ شده و هدف کمی مشخصی نیز برای آن تعیین شده است. «شورای نظارت بر اسباب‌بازی»<sup>۱</sup> نیز تلاش‌هایی برای بسترسازی و تعریف سازوکارهای تنظیم‌گرانه داشته است. نابسندگی مصوبات موجود در مقایسه با انبوه مسائل و چالش‌های ذی‌نفعان گوناگون حوزه اسباب‌بازی در کشور و نیز اعتبار و ضمانت اجرای ناکافی مقررات کنونی، از جمله دلایل ضعف سیاستگذاری در این زمینه بوده‌اند.

## ■ نقطه‌نظرات / یافته‌های کلیدی

حوزه اسباب‌بازی با مسائل و چالش‌های متعددی در ابعاد «ساختار و نهاد»، «مطالعه و پژوهش»، «آموزش و سرمایه‌انسانی»، «ایده و طراحی»، «مجوز و مالکیت معنوی»، «تولید»، «توزیع و فروش»، «ترویج و تبلیغ» و «فرهنگ مصرف» روبه‌روست. باین حال، با بررسی‌های صورت‌گرفته پراولویت‌ترین مسائل، بدین ترتیب هستند:

## ۱- برخوردار نشدن از تسهیلات بخش فرهنگ: در قوانین

و مقررات مالیاتی موجود، محصولات اسباب‌بازی برخلاف بسیاری از کالاها و خدمات فرهنگی دیگر، از معافیت‌ها، تخفیف‌ها یا اعتبارهای مالیاتی بی‌بهره هستند. از این‌رو، تولیدکنندگان داخلی که عمدتاً با درصد اندکی سود به تولید محصول می‌پردازند، در صورت برخورداری از تسهیلات مالیاتی می‌توانند در عرصه رقابت با شرکت‌های خارجی، بر کیفیت و کمیت کالاها و خدمات خود بیفزایند.

## ۲- کاستی‌های جدی در نظام آماری و مدیریت دانش:

یکی از لوازم سیاستگذاری کارآمد و طراحی نقشه راه برای ارتقای صنعت اسباب‌بازی، در دست داشتن اطلاعات توصیفی و تحلیلی از وضعیت کنونی و روندهای پی‌آیند است. از سوی دیگر، گردش اطلاعات در حوزه اسباب‌بازی اغلب به‌طور محفلی و توأم با برداشت‌های شخصی و تجارب فردی است. نبود مراجع داده و اطلاعات، حجم اندک پژوهش‌های انجام‌شده، ضعف اطلاع‌رسانی و کمبود بسترها و رویدادهای هم‌اندیشی، از مهم‌ترین دلایل شکل‌گیری این مشکل محسوب می‌شوند.

## ۳- رعایت نشدن حقوق مالکیت معنوی تولیدکنندگان

داخلی و رواج کپی (روگرفت) غیرقانونی: به‌دلیل ضعف نظام حقوقی مالکیت معنوی، بازار کنونی اسباب‌بازی از محصولات کپی (روگرفت) اشباع شده است. بسیاری از محصولات داخلی دارای مجوز و گواهی ثبت، توسط تولیدکنندگان غیرقانونی و غیررسمی با کیفیتی نازل و بدون رعایت استانداردهای ایمنی و بهداشتی، کپی (روگرفت) شده و با قیمتی کمتر از محصول اصلی عرضه می‌شوند. اگرچه سازوکاری قانونی برای ثبت طرح‌های اسباب‌بازی در شورای نظارت بر اسباب‌بازی و وزارت صمت ایجاد شده است، به‌دلیل ضعف پیگیری‌های قضایی و اقدامات نظارتی، برخورد با متخلفان به نتیجه خاصی نمی‌انجامد.

## ۴- خلأ نظام صنفی: به‌دلیل گوناگون بودن نوع مواد اولیه،

بعضی از تولیدکنندگان اسباب‌بازی ذیل اتحادیه‌های نامناسب و پراکنده‌ای مانند خرازی، پلاستیک و نایلون و چوب قرار گرفته و دیگر بازیگران این عرصه نیز از لحاظ صنفی جایگاه مشخصی

۱. این شورا به‌موجب مصوبه جلسه ۴۲۲ شورای عالی انقلاب فرهنگی در تاریخ ۱۳۷۷/۴/۱۶، به‌منظور تحقق «حمایت، هدایت و نظارت بر طراحی، ساخت، واردات و توزیع اسباب‌بازی کودکان» تشکیل شده است.



ندارند. از سوی دیگر نبود هویت سازمان یافته و همکاری مناسب در میان فعالان عرصه اسباب‌بازی از جمله عوامل اثرگذار است.

**۵ سهم بالای کالای قاچاق در بازار:** در میان کالاهای قاچاق موجود در کشور کالایی مانند اسباب‌بازی و جبهه آسیب‌زندگی کمتری دارد (برای مثال، در مقایسه با لوازم خانگی). به این ترتیب، در مواقع برخورد با چنین اسباب‌بازی‌هایی سخت‌گیری کافی انجام نشده و بخش زیادی از اسباب‌بازی‌های قاچاق کشف و ضبط شده، به روش‌های مختلفی دوباره وارد بازار می‌شود. این اسباب‌بازی‌ها علاوه بر اینکه ضربه‌ای جدی بر پیکره تولیدکنندگان داخلی وارد می‌آورند، از لحاظ فرهنگی نیز عمده‌تأحاوی ارزش‌ها و نمادهای آسیب‌زا و مهاجم هستند.

**۶ کم توجهی به پیوست‌نگاری و بازارپردازی فرهنگی:** عواملی مانند ضعف در تولید داستان و شخصیت‌های بومی و تبدیل آنها به آثار هنری و رسانه‌ای، استفاده تولیدکنندگان داخلی از شخصیت‌های خارجی برای کاهش هزینه‌ها و افزایش فروش و نیز داده‌محور و پژوهش‌بنیاد نبودن فرایندهای بازارسنجی، تبلیغات و فرهنگ مصرف، در مسئله پیوست فرهنگی بسیار تأثیرگذار هستند.

### پیشنهاد راهکارهای تقنینی، نظارتی یا سیاستی

راهکارهای زیر به منظور بهبود وضعیت صنعت اسباب‌بازی با محوریت مسائل اولویت‌دار یادشده، پیشنهاد می‌شوند:

۱) افزودن محصولات اسباب‌بازی به فهرست کالاهای فرهنگی مشمول تسهیلات مالیاتی پیش‌بینی شده در «قانون مالیات‌های

مستقیم» و «قانون مالیات بر ارزش افزوده». ۲) ایجاد نظام آماری و تهیه و انتشار گزارش‌های ادواری و نیز فراهم کردن بسترها و سازوکارهای مشورتی و توسعه‌دهنده در صنعت اسباب‌بازی با راهبری معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری (ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم).

۳) صیانت از حقوق مالکیت معنوی طراحان و تولیدکنندگان با بهره‌گیری توأمان از ابزارهای سلبی و ایجابی از طریق صدور آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اختصاصی، اعطای گواهی و نشان، امتیازبخشی و اعتبارافزایی به مجوزها، حمایت‌های مادی و معنوی و نیز ایجاد شعبه تخصصی در مراجع قضایی به منظور صیانت از حقوق مالکیت فکری و معنوی.

۴) تشکیل نظام صنفی صنعت اسباب‌بازی با بهره‌گیری از ظرفیت‌های تسهیلگرانه موجود ذیل «قانون نظام صنفی کشور» و «قانون کار جمهوری اسلامی ایران» و نیز فراهم کردن تمهیدات زیرساختی و فرایندی برای دانش‌بنیان شدن صنعت اسباب‌بازی با حمایت وزارت صنعت، معدن و تجارت و معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری.

۵) مقابله با کپی غیرقانونی و قاچاق از طریق تقویت سازوکارها و ابزارهای نظارتی و نیز فراهم کردن امکان تشخیص و اعتباربخشی به کالاهای استاندارد و قانونی تولید داخل به وسیله طراحی و اختصاص شناسه یا نشان معتبر به کالاهای مورد تأیید.

۶) التزام بخش دولتی به آشناسازی مخاطبان با شخصیت‌ها و جهان داستانی مربوط به اسباب‌بازی‌ها از طریق آثار دیداری- شنیداری زمینه‌ساز و ترغیب بخش خصوصی به تولید محصول با محوریت شخصیت‌های معرفی شده بومی.

## ۱. مقدمه و بیان مسئله

اسباب‌بازی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده بازی -در کنار محیط، فرایند، هدف، ویژگی‌های بازیکنان و روابط بین آنها- از مهم‌ترین عوامل الگوساز و تأثیرگذار در شکل‌گیری شخصیت کودکان و نوجوانان است [۱]. در شرایطی که بازی‌های انفرادی جایگزین بازی‌های گروهی سنتی شده‌اند، انتخاب اسباب‌بازی مناسب (از لحاظ سن، جنسیت، ایمنی، قیمت، تنوع، ارزش‌های فرهنگی و...) برای فرزندان -به‌ویژه در رده سنی کودکان- بیش از پیش اهمیت یافته است. همچنین اسباب‌بازی‌ها می‌توانند بر رفتار، اعتماد به نفس، رشد ذهنی و عاطفی، پرورش جسمانی، باورداشت‌های ارزشی، آرمان‌های اجتماعی و حتی رژیم غذایی کودکان اثر مثبت یا منفی داشته باشند [۲]. ازسوی دیگر، اسباب‌بازی مهم‌ترین کالای فرهنگی است که ارتباط بین مصنوعات و رفتارهای اجتماعی را نشان می‌دهد؛ اسباب‌بازی‌ها، ابزارهایی آموزشی و سبک‌سازند که با اسطوره‌ها و فناوری‌های زندگی مدرن بزرگسالان هماهنگ هستند. بر همین اساس، اسباب‌بازی‌های اولیه، بیشتر اشیایی بزرگسالانه بودند (مثل ابزارهای کار، آشپزخانه‌های کوچک، عروسک‌ها و...) که در فرایند بازی، رفتارها یا مهارت‌های مورد نیاز زندگی در دوران بزرگسالی را بروز داده و امکان تقلید و تمرین را فراهم می‌کردند [۳]. اسباب‌بازی محصولی فرهنگی است که پیوندی ناگسستنی با هویت و فرهنگ هر جامعه دارد. استفاده از اسباب‌بازی‌های غیربومی به‌معنای مواجهه با فرهنگ و آداب و رسوم ملت‌ها و جوامع دیگر خواهد بود. بدین ترتیب، ورود و مصرف بی‌رویه اسباب‌بازی‌های خارجی متضمن سبک زندگی غربی، زمینه شکل‌گیری الگوهای نگرشی، هنجاری و رفتاری نامطلوب را در کودکان و نوجوانان فراهم می‌کند. برای نمونه، وقتی دختر ایرانی با عروسکی حاوی ارزش‌ها و نمادهای آسیب‌زای غربی (مانند باری) انس می‌گیرد، ادراک زیبایی‌شناختی او در همان قالب شکل می‌یابد. از این رو، در مراحل مختلف رشد، به‌هنگام انتخاب شیوه‌ها و سبک‌های مختلف زیبایی و خودآرایی، به‌طور ناخودآگاه همان الگوهای نهادینه‌شده برای او مجسم می‌شود و چون ناخودآگاه است، با تذکرات و آموزش‌های بعدی نیز از ذهن و ترجیحات سلیقه‌ای او زدوده نمی‌شود. حال اگر این زیبایی را مقارن با بدن‌نمایی و برهنگی درک کند، به‌تبع معنا و ارزش پوشیدگی نزد او دچار خدشه شده و در آینده نیز در مقابل رعایت هنجارهای پوششی از خود مقاومت نشان می‌دهد. چنانچه این عروسک نامتعارف در معرض یک کودک پسر نیز قرار گیرد، ناخودآگاه در آینده زن‌ایدئال را با توجه به آن تعریف خواهد کرد [۲]. طبق نتایج یک پیمایش میدانی مندرج در کتاب «کودک ایرانی و اسباب‌بازی؛ تحلیلی بر رفتار مصرف‌کننده»، پنج شخصیت محبوب در میان فرزندان ایرانی عبارتند از: باب اسفنجی، فروزن (السا و آنا)، بن‌تن، اسپایدرمن و کیتی (شخصیت‌های کارتونی بیگانه). این مسئله به‌معنای آن است که همه محصولات اسباب‌بازی و لوازم جانبی مرتبط با این شخصیت‌ها، مورد علاقه و تقاضای فرزندان است. ازسوی دیگر، براساس نتایج همین پیمایش، عمده برندها (ویژندها)ی اسباب‌بازی شناخته‌شده و معروف در میان خانواده‌ها، متعلق به شرکت‌های اسباب‌بازی‌های ایرانی است [۴]. بنابراین، اگرچه برندها (ویژندها)ی ایرانی توانسته‌اند از نفوذ خوبی در میان خانواده‌های ایرانی برخوردار شوند، همچنان شخصیت‌های خارجی بیشترین محبوبیت را در میان مخاطبان دارند. در چنین شرایطی، برندها (ویژندها)ی ایرانی نیز برای بقا در بازار، با تولید اسباب‌بازی‌های کپی‌شده یا اقتباس‌شده از محصولات و شخصیت‌های خارجی و سوار شدن بر موج تقاضای موجود، می‌کوشند وفاداری مصرف‌کنندگان به محصولات خود را تقویت کنند. مشابه همین رویکرد، در میان فروشندگان اسباب‌بازی نیز وجود دارد؛ به‌طوری که چیدمان فروشگاه‌های خود را عموماً به اسباب‌بازی‌ها و شخصیت‌های خارجی اختصاص می‌دهند تا از این طریق، با جذب کودکان و نوجوانان و هدایت خرید والدین به‌سوی محصولات پر تقاضا و محبوب خارجی، فروش خود را افزایش دهند [۳].

صنعت اسباب‌بازی از جمله صنایع فرهنگی و خلاق است که با تنوع بالای خود گستره وسیعی از علایق و سلايق کودکان و نوجوانان را در بستر سرگرمی و رفتارسازی فرهنگی در برمی‌گیرد. وجود تنوع در محصولات بازی و اسباب‌بازی به‌معنای آن است که این صنعت در نگاه ملی، به مجموعه‌ای از تخصص‌های انسانی در حوزه‌های مختلف ایده‌پردازی و طراحی اولیه، خلق شخصیت و روایت، تصویرپردازی و مدل‌سازی بصری، روانشناسی، پزشکی، طراحی صنعتی، معماری، مدیریت و بازاریابی و... نیازمند است. از این رو، با در پیش گرفتن رویکرد سیاستگذارانه صحیح نسبت به حوزه اسباب‌بازی و گسترش و تقویت زنجیره ارزش این صنعت در کشور، نیازمندی‌های متنوعی برای به‌کارگیری متخصصان به وجود می‌آید [۳].

افزون بر خلأهای کنونی در صنعتی‌سازی حوزه اسباب‌بازی در ایران، در بازار پردازی و پیوست فرهنگی محصولات بومی‌ای که در حال حاضر تولید و عرضه می‌شوند نیز ضعف جدی وجود دارد. اسباب‌بازی‌های ایرانی که با محصولات دیگر فرهنگی هیچ‌گونه ارتباط و هم‌بستگی ندارند، عملاً نمی‌توانند در این میدان پرقاب، نسبت به محصولات وارداتی دست برتر را داشته باشند [۳]. در همین راستا،



مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی در تاریخ ۱۹ آذرماه سال ۱۳۹۲ فرمودند: «تهاجم فرهنگی یک حقیقتی است که وجود دارد؛ می‌خواهند بر روی ذهن ملت ما و بر روی رفتار ملت ما - جوان، نوجوان، حتی کودک - اثرگذاری کنند. این بازی‌های اینترنتی از جمله همین است؛ این اسباب‌بازی‌هایی که وارد کشور می‌شود از جمله همین است که من چقدر سر قضیه تولید اسباب‌بازی داخلی معنی دار و جذاب حرص خوردم با بعضی از مسئولین این کار که این کار را دنبال کنند؛ البته بحمدالله ظاهراً اینجا یک تصمیمی در این زمینه گرفته شد، حالا ان شاءالله همان تصمیم را هم دنبال کنید که اجرایی بشود. خوب، دوستان ما آمدند در یکی از دستگاه‌های فعال و مسئول، عروسک‌های خوبی درست کردند؛ خوب هم بود؛ اول هم حساسیت طرف مقابل را - یعنی مخالفین را، خارجی‌ها را - برانگیخت که اینها آمدند در مقابل باری و مانند اینها، این [عروسک‌ها] را درست کردند؛ ولی نگرفت. من به اینها گفتم که اشکال کار شما این است که شما آمدید به فلان نام، یک پسری را، یک دختری را آوردید در بازار، این عروسک شما را بچه ما اصلاً نمی‌شناسد - ببینید، پیوست فرهنگی که می‌گوییم اینهاست - خوب، یک عروسک است فقط، در حالی که مرد عنکبوتی که در فیلم داشت کار می‌کرد، در مغازه هست، به پدر و مادرش می‌گوید این را برای من بخرید؛ عروسک را می‌شناسد؛ این پیوست فرهنگی [است]. شما بایستی این عروسک را که ساختید، در کنار ساخت عروسک، ده بیست فیلم کودک درست می‌کردید برای اینکه این عروسک معرفی بشود پیش بچه‌ها؛ بعد که معرفی شد، آن وقت خودشان می‌خرند، [ولی] وقتی معرفی نشد، بازار ندارد و ورشکست می‌شود؛ و ورشکست شد. یعنی یک چنین دقت‌هایی را بایست کرد. به هر حال این تهاجم فرهنگی به این شکل یک واقعیتی است.» [۵]

با وجود فرازونشیب‌ها و تحولات گوناگونی که طی سال‌های اخیر در عرصه سرگرمی پدید آمده است، آمارهای موجود از رشد قابل توجه صنعت اسباب‌بازی در سطح جهان خبر می‌دهند. طبق آمارهای انجمن جهانی اسباب‌بازی<sup>۱</sup>، حجم بازار اسباب‌بازی در جهان از ۹۰/۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ به ۱۰۷/۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ رسیده<sup>۲</sup> که نشان‌دهنده نرخ رشد مرکب سالیانه ۳/۵ درصدی طی بازه زمانی یادشده است [۶]. در سطح داخلی، متأسفانه آمار و اطلاعات شفاف و جامعی از وضعیت صنعت اسباب‌بازی و بازار مصرف آن در دسترس نیست و در این زمینه ضعف جدی وجود دارد. با این حال، در ادامه به برخی از آمارهای اعلامی و تخمین‌های صورت گرفته در این حوزه اشاره می‌شود. در خصوص حجم گردش مالی در بازار اسباب‌بازی در ایران، رقم دقیقی وجود ندارد و برآوردهای حدودی مطرح شده نیز اختلاف قابل توجهی با یکدیگر دارند. مدیر کل وقت دفتر صنایع خلاق و ورزشی وزارت صمت، گردش مالی صنعت اسباب‌بازی در ایران در سال ۱۳۹۹ را حدود ۹۰۰ میلیون دلار اعلام کرده که طبق آمار ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، حدود ۵۵۰ میلیون دلار آن از طریق قاچاق تأمین شده است، البته آمارهای غیررسمی این ستاد از کاهش قاچاق در سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ به زیر ۳۰۰ میلیون دلار حکایت دارند [۷]. رئیس وقت هیئت مدیره انجمن تولیدکنندگان اسباب‌بازی ایران در سال ۱۴۰۰ نیز گردش مالی سالانه اسباب‌بازی در ایران را حدود ۳۰۰ میلیون دلار اعلام کرده که از این میزان تنها ۳۰ تا ۳۵ درصد متعلق به تولیدات داخلی است [۸]. همچنین در گزارشی با عنوان «صنعت اسباب‌بازی و مسائل آن» که به‌طور مشترک توسط ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، انجمن تولیدکنندگان اسباب‌بازی ایران و مجمع فعالان اسباب‌بازی، در شهر یورماه سال ۱۴۰۱ منتشر شده، حجم تقریبی بازار اسباب‌بازی در ایران حدود ۴۴۵ میلیون دلار و سهم تولیدکنندگان داخلی ۲۵ درصد تخمین زده شده است [۹]. در کنار این آمارها، طبق اظهارات اخیر دبیر شورای نظارت بر اسباب‌بازی، هم‌اکنون ۴۰ تا ۵۰ درصد نیاز اسباب‌بازی داخل کشور از طریق تولیدات داخلی تأمین می‌شود [۱۰]. در بخش واردات و صادرات نیز طبق اعلام مدیر کل دفتر صنایع خلاق و ورزشی وزارت صمت، صادرات اسباب‌بازی در سال ۱۴۰۱، ۳۸/۵ میلیون دلار بوده که این رقم به نسبت سال پیش از آن، ۱۰ درصد افزایش داشته است. همچنین در سال ۱۴۰۱، با کاهش ۳۰ درصدی در مقایسه با سال ۱۴۰۰، ۱۳/۵ میلیون دلار واردات انجام شده است [۷]. این در حالی است که طبق آمارهای رسمی منتشر شده توسط شورای نظارت بر اسباب‌بازی در خصوص واردات اسباب‌بازی از مبادی ورودی رسمی به کشور، حجم واردات در سال ۱۴۰۰، ۲۱/۰۷ میلیارد دلار و در سال ۱۴۰۱، ۲۹/۷۳ میلیون دلار، محاسبه و اعلام شده است. آبدین ترتیب، با بررسی آمارهای اندک حاصل از تخمین‌های صورت گرفته از بازار اسباب‌بازی در ایران، مغایرت‌ها و کمبودهای اطلاعاتی پرشماری قابل تشخیص بوده؛ اما آنچه از مجموع این داده‌ها و اطلاعات استنباط می‌شود سهم پایین تولیدات داخلی است.

1. The Toy Association@.

۲. اگرچه در برخی تعاریف و آمارهای مربوطه، کنسول (پیشانه بازی) و بازی‌های رومیزی نیز به عنوان اسباب‌بازی لحاظ می‌شوند، آمار ارائه شده توسط انجمن جهانی اسباب‌بازی، این دو دسته را شامل نمی‌شود.

۳. به استناد نشریات شماره ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ شورای نظارت بر اسباب‌بازی (گزارش‌های آماری واردات رسمی اسباب‌بازی در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱)، قابل دسترسی در: <https://toycouncil.kpf.ir/%D9%86%D8%B4%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D8%AA>

## ۲. جایگاه اسباب‌بازی در اسناد و مصوبات قانونی

خب بیایید بازی تولید کنید، بازی ترویج کنید، این قبیل بازی [که] بین بچه‌های ما از قدیم معمول بوده را ترویج کنید؛ [این] یکی از کارهاست، اینها را ترویج کنید. ما همه‌اش نباید نگاه کنیم ببینیم که غربی‌ها از چه جور بازی‌ای حمایت می‌کنند، ما هم از همان بازی حمایت کنیم.» [۱۱]

با توجه به منویات و تأکیدات مذکور، در جدول ذیل با بررسی اسناد بالادستی نظیر «نقشه مهندسی فرهنگی» و «سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم» مشخص می‌شود سیاستگذار با چه رویکردی به مسئله اسباب‌بازی پرداخته تا در تدوین قوانین براساس این رویکردها و نیز منویات معظم لاه اهداف مدنظر پیگیری شوند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای مدظله‌العالی در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۲/۹/۱۹)، به تشریح بحث «تهاجم فرهنگی» علیه کشورمان می‌پردازند و در خصوص بازی و اسباب‌بازی می‌فرمایند: «کارهای ابتکاری کنید؛ اسباب‌بازی همین جور، بازی رایانه‌ای همین جور، عروسک همین جور، اینها چیزهایی است که لازم است. اسباب‌بازی رایج بچه‌های ما شده تفنگ. خب! آمریکایی‌ها که [سابقه طولانی] در این کار [تولید اسباب‌بازی مغایر با روحیه کودک] دارند، الان پیشمانند، در آن در مانده‌اند که چه کار کنند. ما بچه‌های خودمان را که بازی می‌کردند که تحرک داشت و ورزش بود و بازی و سرگرمی بود -بازی بچه‌های ما اینها بود- آورده‌ایم نشانده‌ایم پای اینترنت، نه تحرک جسمی دارند، نه تحرک روحی دارند، و ذهنشان تسخیر شده به وسیله طرف مقابل.

### جدول ۱. جایگاه بازی و اسباب‌بازی در اسناد بالادستی

ردیف	عنوان	تاریخ تصویب	مرجع تصویب	حکم / بند	مفاد
۱	سند راهبردی کشور در امور نخبگان	۱۳۹۱/۷/۱۱	شورای عالی انقلاب فرهنگی	راهبرد کلان ۱، راهبرد ملی ۲، اقدام ملی ۱۱	ایجاد و گسترش پارک‌های آموزشی و تقویت و ساماندهی فرایند طراحی، تولید و توزیع و ساییل بازی کودکان به منظور پرورش خلاقیت و مهارت حل مسئله در کودکان با تکیه بر فرهنگ اسلامی-ایرانی و رعایت استانداردهای سلامت و ایمنی.
۲	نقشه مهندسی فرهنگی	۱۳۹۱/۱۲/۱۵	شورای عالی انقلاب فرهنگی	راهبرد کلان ۳، راهبرد ملی ۳-۹، اقدام ملی ۳۵	استانداردسازی فضاهای بازی ورزش و تفریح و آموزش کودکان از نظر بهداشتی محیطی و احیای بازی‌های سنتی و بومی مناسب و ترویج آن و پرهیز از تهیه و ساخت و ورود اسباب‌بازی‌های مغایر با هدف تربیت دینی کودکان.
				راهبرد کلان ۸، راهبرد ملی ۵، اقدام ملی ۱۷	طراحی الگوهای فرهنگی تولید و بهره‌برداری از اسباب‌بازی و لوازم التحریر مبتنی بر ارزش‌های اسلامی-ایرانی.
۳	سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم	۱۳۹۷/۴/۲۶	شورای عالی انقلاب فرهنگی	ماده (۱) (تعاریف)، تبصره (۱۱)	(حوزه‌های مهم) فناوری‌های فرهنگی و نرم در این سند عبارتند از: تولید محتوا و نشر مکتوب و رقومی، طراحی، اسباب‌بازی، نوشت افزار، ظواهر و سبک پوشش، صنایع دستی و گردشگری، فناوری‌های اجتماعی، نوآوری‌های اجتماعی، بازی‌های ویدئویی، پویانمایی و پی‌نمایی، سینما، هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی، تبلیغات، فناوری‌های مهندسی انگیزه، سازوکارهای مدیریت بهره‌وری و حکمرانی در حوزه فرهنگی و اجتماعی، بازی‌وارسازی، ارتباطی و رسانه‌ای، آموزشی و یادگیری.
				ماده (۵)-ج (اهداف کلیدی تا افق ۱۴۰۴)، بند (۹)	دستیابی اسباب‌بازی‌های تولید داخل به سهم حداقل ۲۵ درصدی از ارزش بازار اسباب‌بازی کشور در سال چشم‌انداز.
۴	اساسنامه سازمان ملی تعلیم و تربیت کودک	۱۳۹۹/۱۲/۲۶	شورای عالی انقلاب فرهنگی	ماده (۶) (وظایف و فعالیت‌های سازمان)، بند (۷)	سیاستگذاری و تعیین ضوابط و قواعد تدوین برنامه‌ها، روش‌ها، مواد و محصولات آموزشی، تربیتی، فرهنگی، بازی و سرگرمی، هنری و ورزشی، مکتوب و چندرسانه‌ای ویژه کودکان و پایش سلامت جسمی و روانی و حقوق تربیتی کودک در عرصه‌های اجتماعی و فضای مجازی با جلب مشارکت دستگاه‌ها و نهادهای ذی‌ربط.
				ماده (۷)	طراحی نظام سرگرمی، بازی و غنابخشی به اوقات فراغت در فضای مجازی (دستگاه متولی: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همکاری وزارت کشور، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت ورزش و جوانان، وزارت آموزش و پرورش، سازمان صداوسیما، سازمان تبلیغات اسلامی).
۵	سند راهبردی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی	۱۴۰۱/۶/۲۷	شورای عالی فضای مجازی	اقدام کلان ۱۲	



فرهنگی و نرم» به صنعت اسباب‌بازی به‌عنوان یکی از حوزه‌های مهم فناوری‌های فرهنگی و نرم توجه شده و هدف کمی مشخصی نیز برای آن تعیین شده است. در ادامه، برای آشنایی بیشتر با چارچوب سیاستگذاری موجود در حوزه اسباب‌بازی، اهم مصوبات اختصاصی این حوزه مرور شده‌اند.

اگرچه طی سال‌های اخیر در اسناد بالادستی به‌مقوله بازی و اسباب‌بازی پرداخته شده است، رویکرد سیاستی مشخص و هدفمندی در خصوص ساماندهی و بهبود وضعیت صنعت اسباب‌بازی در این دسته از مصوبات قابل دریافت نیست. در مجموع می‌توان گفت در اسناد بالادستی به سیاستگذاری در این حوزه کم توجهی شده است، البته در «سند ملی توسعه فناوری‌های

## جدول ۲. اهم مصوبات اختصاصی حوزه اسباب‌بازی

ردیف	عنوان	تاریخ تصویب	مرجع تصویب	توضیحات
۱	اساسنامه شورای نظارت بر ساخت، طراحی، واردات و توزیع اسباب‌بازی کودکان	۱۳۷۷/۴/۱۶	شورای عالی انقلاب فرهنگی	به منظور تحقق «حمایت، هدایت و نظارت بر طراحی، ساخت، واردات و توزیع اسباب بازی کودکان»، به موجب تصویب این اساسنامه، شورایی متشکل از مدیرعامل کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، نمایندگان وزارتخانه‌های صنایع، بازرگانی، آموزش و پرورش، فرهنگ و ارشاد اسلامی، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان صداوسیما، یک نفر کارشناس متخصص در روانشناسی کودک، دو نفر کارشناس فرهنگی و هنری و نماینده اتحادیه تولیدکنندگان اسباب‌بازی و نیز نماینده سازمان تبلیغات اسلامی (الحاق شده به موجب مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی به تاریخ ۱۳۹۸/۱۰/۳)، تحت‌عنوان «شورای نظارت بر ساخت، طراحی، واردات و توزیع اسباب‌بازی کودکان» تشکیل شده است. این اساسنامه مشتمل بر یک مقدمه، ۹ ماده و ۶ تبصره است.
۲	آیین‌نامه اجرایی شورای نظارت بر ساخت، طراحی، واردات و توزیع اسباب‌بازی کودکان	۱۳۷۹/۸/۱۸	شورای فرهنگ عمومی	براساس ماده (۳) اساسنامه فوق‌الذکر، این آیین‌نامه اجرایی به منظور تبیین وظایف شورا و تشکیلات مربوط تنظیم شده است. این آیین‌نامه مشتمل بر یک مقدمه، ۲۲ ماده و ۱۴ تبصره است.
۳	سیاست‌ها و خط‌مشی‌های حمایتی و هدایتی درباره اسباب‌بازی کودکان	۱۳۹۳/۷/۹	شورای فرهنگ عمومی	در اجرای ماده (۸) اساسنامه و ماده (۲) آیین‌نامه اجرایی شورای نظارت بر اسباب‌بازی، به منظور حمایت و هدایت طراحان، تولیدکنندگان، صادرکنندگان، فروشندگان و مصرف‌کنندگان اسباب‌بازی، سازمان‌ها و مؤسسات مربوطه را ملزم ساخته است ضمن هماهنگی با شورای نظارت بر اسباب‌بازی برای تحقق سیاست‌های ابلاغی در این مصوبه، برنامه‌ریزی کنند. این مصوبه شامل سیاست‌ها (۸ محور)، خط‌مشی‌ها و راهکارهای متناسب با ارزش‌ها و آموزه‌های فرهنگ اسلامی-ایرانی (۱۳ محور)، حمایت‌های مادی و معنوی (۲۰ محور) و فرهنگ‌سازی تولید و استفاده از اسباب‌بازی با رویکردهای بومی و مذهبی (۶ محور) است.

ثبت شورای نظارت (مصوب ۱۳۸۱/۱/۲۴، بازنگری شده در ۱۴۰۱/۲/۱۵).

۵ معیارهای اسباب‌بازی مناسب برای کودکان و نوجوانان (مصوب ۱۳۸۴/۱۲/۹).

۶ ضوابط و مقررات ثبت اسباب‌بازی‌های خارجی در ایران (مصوب ۱۳۹۱/۳/۲۷).

۷ مصوبه الزامی شدن مجوز تولید اسباب‌بازی (مصوب ۱۳۹۱/۳/۲۷).

۸ آیین‌نامه نظارت بر پایگاه‌های اینترنتی عرضه و فروش اسباب‌بازی و سرگرمی (مصوب ۱۴۰۱/۳/۱۱).

۹ محورهای ممنوعیت و مغایرت‌های فرهنگی و حقوقی

افزون بر این موارد، شورای نظارت بر ساخت، طراحی، واردات و توزیع اسباب‌بازی کودکان، مصوبات و دستورالعمل‌هایی را در خصوص برخی ابعاد صنعت اسباب‌بازی، تصویب و ابلاغ کرده که مهم‌ترین موارد آن عبارتند از:

۱ طرح فرهنگ‌سازی و تصحیح نگرش نسبت به موضوع اسباب‌بازی (مصوب ۱۳۷۸/۶/۹).

۲ ضوابط ناظر بر ثبت طرح و صدور مجوز (ساخت و واردات و صادرات اسباب‌بازی) (مصوب ۱۳۸۰/۵/۳۰).

۳ ضوابط و مقررات و گردش کار ثبت طرح‌های اسباب‌بازی (مصوب ۱۳۸۱/۱/۲۴).

۴ آیین‌نامه و شرایط ثبت در کمیسیون صدور مجوز و

این حوزه وجود دارد. نابسندگی مصوبات موجود در مقایسه با انبوه مسائل و چالش‌های ذی‌نفعان گوناگون حوزه اسباب‌بازی در کشور و نیز اعتبار و ضمانت اجرای ناکافی مقررات کنونی، از جمله دلایل ضعف سیاستگذاری در این زمینه بوده‌اند که در ادامه بدان پرداخته می‌شود.

(مصوب ۱۴۰۱/۳/۱۱).

اگرچه شورای نظارت بر اسباب‌بازی از زمان شکل‌گیری تاکنون تلاش کرده تا با تعریف سازوکارها و ایجاد بسترهای تنظیم‌گرانه قدم در مسیر ساماندهی بخش‌هایی از حوزه اسباب‌بازی بگذارد، همچنان کاستی‌های بی‌شماری در عرصه سیاستگذاری و راهبری

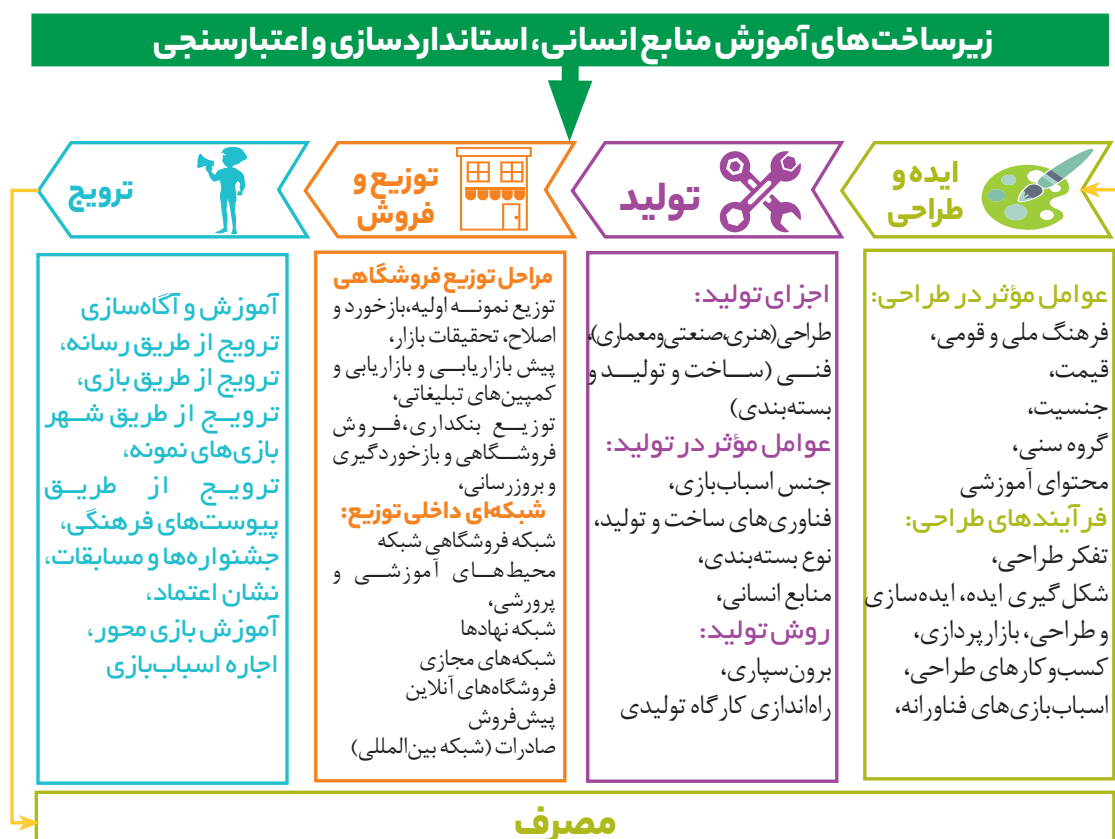
### ۳. نگاهت نهادی حوزه اسباب‌بازی



زیرساخت استانداردسازی و زیرساخت اعتبارسنجی است. مبتنی بر ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی، ارزش افزوده در فرایند تولید اسباب‌بازی عبارتند از: رشد فرهنگ و هویت‌سازی، درآمد ملی و ارزش افزوده اقتصادی، افزایش تولید محصولات بازی و اسباب‌بازی، پرورش و اشتغال نیروهای متخصص و ارتقای دانش فنی در زمینه طراحی و تولید بازی [۳].

یکی از ابزارهای مهم برای شناخت هر صنعت، زنجیره ارزش آن است که فعالیت‌های اصلی و پشتیبان صنعت را ترسیم می‌کند. مراحل زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی به ترتیب، «ایده و طراحی»، «تولید»، «توزیع و فروش» و «ترویج» در نظر گرفته شده است. همچنین فعالیت‌های پشتیبان در ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی شامل زیرساخت آموزش منابع انسانی،

شکل ۱. ساختار زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی [۳]



بر این اساس، می‌توان نگاهت نهادی صنعت اسباب‌بازی را به صورت زیر ترسیم کرد.



جدول ۳. نگاهت نهادهای ذی‌نقشان و ذی‌نفعان صنعت اسباب‌بازی<sup>۱</sup> [۳]

زیرساخت و پشتیبانی							فرایندهای اصلی				سیاست‌گذاری					
زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی	زیرساخت‌های اماکن و تأسیسات	زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی	آگاهی، تبلیغ و فرهنگ‌سازی مصرف	توسعه بازارها و زیرساخت‌های آن	توسعه، تأمین و تسهیل حمایت مالی	توسعه کارآفرینی فرهنگی	توزیع و عرضه	تولید، بازنویس و تأمین	خلق ثانویه اثر و نمونه هنری	خلق اولیه	مالکیت فکری	شبکه‌سازی	ارزیابی و نظارت	تدوین قوانین و مقررات	هماهنگی و یکپارچه‌سازی	هدایت و هدف‌گذاری
														*	*	*
											*		*	*	*	*
													*	*	*	*
													*	*	*	*
				*							*	*				
													*			
	*				*	*								*	*	
													*			
													*			
													*			
													*			
	*															
			*			*	*	*	*						*	*
									*							
								*	*							
							*	*	*	*						
					*	*	*	*	*							
					*	*	*	*	*							
						*	*									
*					*	*	*				*	*		*		

۱. آنچه در جدول درج شده، برداشتی آزاد از منبع مورد ارجاع بوده و در جزئیات تفاوت‌هایی دارد.

زیرساخت و پشتیبانی							فرایندهای اصلی				سیاست‌گذاری						
زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی	زیرساخت‌های اماکن و تأسیسات	زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی	آگاهی، تبلیغ و فرهنگ‌سازی مصرف	توسعه بازارها و زیرساخت‌های آن	توسعه، تأمین و تسهیل حمایت مالی	توسعه کارآفرینی فرهنگی	توزیع و عرضه	تولید، بازاریابی و تأمین	خلق، ثانویه اثر و نمونه هنری	خلق اولیه	مالکیت فکری	شبکه‌سازی	ارزیابی و نظارت	تدوین قوانین و مقررات	هماهنگی و یکپارچه‌سازی	هدایت و هدف‌گذاری	
							*									توزیع‌کنندگان دولتی	
							*									توزیع‌کنندگان خصوصی	
							*									فروشگاه‌ها، سوپرمارکت‌ها، دکه‌های مطبوعاتی و...	
				*												سازمان توسعه صادرات ایران	
*			*													وزارت آموزش و پرورش	
						*										پارک‌ها و مراکز رشد فرهنگی	
					*											بانک‌ها، صندوق‌های حمایتی و...	
		*	*													سازمان صداوسیما	
								*								شرکت‌های ایجاد خط تولید	
			*													مشاوران و مجریان تبلیغاتی	
			*													نمایشگاه‌های محصولات فرهنگی	
			*													جشنواره‌ها و همایش‌ها	
		*	*													نشریات حوزه اسباب‌بازی	
			*													پایگاه‌های اینترنتی اسباب‌بازی	
*									*							دانشگاه‌ها	
*																پژوهشگاه‌ها و پژوهشگران مستقل	

همان‌طور که در جدول بالا مشهود است، نهادها و بخش‌های متعددی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در حوزه اسباب‌بازی نقش دارند. باین‌حال، همه ابعاد و حوزه‌ها به‌طور همگن و متناسبی از مسئولیت و مشارکت برخوردار نیستند. به‌طور دقیق‌تر، دستگاه‌ها و نهادها گوناگونی در بُعد سیاست‌گذاری عهده‌دار مسئولیت هستند، اما در بُعد زیرساخت و پشتیبانی که خلأهای فراوانی وجود دارد، دستگاه‌ها و نهادها اندکی ایفای نقش می‌کنند.



## ۴. مسائل و چالش‌های صنعت اسباب‌بازی

در این بخش، ابتدا به تفکیک مراحل مختلف زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی و دیگر ابعاد قابل توجه این حوزه، مسائل و چالش‌های احصا شده به‌طور مختصر مرور می‌شوند. در ادامه، با جزییات بیشتری بر اصلی‌ترین و پر اولویت‌ترین مسائل تمرکز می‌شود.

جدول ۴. مجموعه مسائل و چالش‌های صنعت اسباب‌بازی [۳] [۱۲]

ابعاد	مسائل و چالش‌ها
ساختار و نهاد	<p>- احتساب نشدن اسباب‌بازی به‌عنوان «کالای فرهنگی» در قوانین و مقررات مالیاتی.</p> <p>- خلأ و ضعف نهادهای صنفی تخصصی و نظام‌مند (از قبیل اتحادیه‌ها، انجمن‌ها، تعاونی‌ها و تشکل‌ها) در بخش‌های مختلف صنعت اسباب‌بازی اعم از طراحی، تولید، پخش، ترویج، مصرف و ....</p> <p>- جایگاه ضعیف بازی و اسباب‌بازی و کودک و نوجوانان در ساختار حاکمیتی کشور (سیاست‌گذاری، تولی‌گری و تسهیل‌گری).</p> <p>- نبود ساختار قاعده‌مند، شبکه‌ای و هماهنگ جهت هدایت و راهبری نوآوری و تجاری‌سازی اسباب‌بازی.</p> <p>- نامشخص بودن مسئولیت حمایتی و تسهیل‌گری در نقشه نهادی حوزه اسباب‌بازی.</p> <p>- ناهماهنگی میان نهادهای متولی محیط‌های اجتماعات کودکان و نوجوانان در تأمین و خریداری ابزارها و وسایل بازی و سرگرمی.</p> <p>- ضعف ارتباطی و نظارتی میان فعالان بخش‌های مختلف صنعت اسباب‌بازی به‌ویژه جامعه طراحان و تولیدکنندگان.</p> <p>- خلأ نهادهای سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در صنعت اسباب‌بازی به‌خصوص نهادها و شرکای خارجی و بین‌المللی.</p>
مطالعه و پژوهش	<p>- نبود نظام آماری و اطلاعات رسمی، جامع و روزآمد در بخش‌های مختلف زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی.</p> <p>- ضعف اطلاعاتی و پژوهشی در زمینه بازاریابی فرهنگی.</p> <p>- کمبود بودجه مطالعاتی و پژوهشی در دانشگاه و صنعت در حوزه اسباب‌بازی.</p> <p>- ضعف تعاملات میان دانشگاه و صنعت و دیگر نهادهای مؤثر در این زمینه.</p> <p>- کمبود پژوهشگر متخصص در صنعت اسباب‌بازی.</p> <p>- کم‌توجهی به فعالیت‌های مبتنی بر تحقیق و توسعه در بخش تولید.</p> <p>- خلأ شرکت‌ها و مجموعه‌های خدماتی در عرصه مطالعه و رصد بازار اسباب‌بازی.</p> <p>- ضعف در شناخت جامع و دقیق ظرفیت‌های بازار اسباب‌بازی در سطوح داخلی و بین‌المللی.</p>
آموزش و سرمایه انسانی	<p>- نبود برنامه‌ها و دوره‌های آموزشی، مهارتی و تخصصی ویژه صنعت اسباب‌بازی.</p> <p>- نبود رشته‌ها و گرایش‌های تخصصی (به‌ویژه گرایش طراحی) حوزه اسباب‌بازی در نظام آموزشی کشور.</p> <p>- نبود کارگر ماهر در صنعت اسباب‌بازی به‌دلیل نبود استاندارد شغلی در سازمان فنی و حرفه‌ای.</p>
ایده و طراحی	<p>- ضعف حمایت و پشتیبانی از ایده‌پردازی‌های بومی و توان طراحی در صنعت اسباب‌بازی.</p> <p>- کم‌توجهی تولیدکنندگان به استفاده از طراحی‌های اختصاصی و بومی.</p> <p>- رعایت نکردن ملاحظات مربوط به پیوست فرهنگی به‌دلیل نگاه تک‌محصولی، کم‌توجهی به عناصر شخصیت‌پردازی و الگوسازی، تمرکز بر بازار داخلی و ضعف نگاه ترویجی در سطح بین‌المللی.</p> <p>- نبود استانداردهای کاربردی و محتوایی (به‌ویژه نظام رده‌بندی سنی بومی).</p> <p>- غلبه طراحی غیربومی و کپی‌برداری از نمونه‌های خارجی.</p>
مجوز و مالکیت معنوی	<p>- نابسامانی و عدم شفافیت در قوانین و مقررات مربوط به مالکیت فکری (کپی‌رایت).</p> <p>- وجود تشنت و موازی‌کاری در نهادها و مراجع مجوزدهی.</p> <p>- کم‌توجهی به اخذ مجوز تولید از تولیدکننده اصلی.</p> <p>- تحریم‌های بین‌المللی و موانع مربوط به نقل و انتقالات مالی.</p> <p>- خلأ حمایت‌ها و امتیازات اختصاصی برای محصولات دارای مجوز.</p> <p>- عدم احساس نیاز تولیدکنندگان برای اخذ مجوز.</p> <p>- روی آوردن تولیدکنندگان به استفاده از ایده‌های کپی.</p> <p>- ناهماهنگی مجوزها و استانداردهای داخلی با ساختارها و نهادهای بین‌المللی مرتبط.</p> <p>- اعمال سلیقه و نظرات شخصی بر ثبت‌ها و مجوزها.</p> <p>- ناتوانی نهادهای ناظر در حمایت و پیگیری حقوقی از دارندگان مجوز.</p> <p>- نبود ضمانت اجرای کافی و پیگیری قضایی قوی برای صیانت از مالکیت معنوی.</p> <p>- ناکارآمدی نظام اعطای هولوگرام و مجوز تولید اسباب‌بازی و لزوم جایگزینی آن با نظام‌های نوآورانه تشخیص اصالت محصولات اسباب‌بازی مبتنی بر مشارکت مردمی.</p>

مسائل و چالش‌ها	ابعاد
<p>- جای خالی مناطق صنعتی اختصاصی اسباب‌بازی با رویکرد حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SME). - کمبود ماشین‌آلات و ابزارهای اختصاصی صنعت اسباب‌بازی. - عدم بهره‌گیری از دانش‌ها و فناوری‌های روز در ابعاد مدیریتی و فرایندی بخش تولید. - غیررسمی بودن بخش زیادی از تولید اسباب‌بازی در ایران. - کاهش کیفیت به دلیل کپی بودن محصولات. - نبود استانداردهای لازم ارزیابی کیفیت محصولات تولید داخلی. - نبود شبکه آزمایشگاهی کنترل کیفیت اسباب‌بازی برای ارزیابی کیفیت اسباب‌بازی‌های تولید داخل. - رقابت کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در تولید محصولات اسباب‌بازی با تولیدکنندگان خصوصی و مشارکت ضعیف با این تولیدکنندگان. - تأثیرپذیری بالای تولیدات داخلی از افزایش نرخ ارز و تورم و در نتیجه افزایش قیمت تولید. - ضعف ارتباطی میان تولیدکنندگان اسباب‌بازی به منظور هم‌افزایی در ظرفیت‌های تولید. - نبود ساختار مناسب تأمین مالی برای تولیدکنندگان به خصوص تولیدکنندگان کوچک و نوآور. - نبود بسته‌های حمایتی از تولید داخل از قبیل ضمانت خرید آرسوی دستگاه‌ها و سازمان‌های متقاضی.</p>	تولید
<p>- ضعف مقابله با قاچاق اسباب‌بازی. - نبود ارتباطات بین‌المللی در صنعت اسباب‌بازی. - کمبود نمایشگاه‌های دائمی اسباب‌بازی. - غیررسمی بودن بخشی از توزیع و فروش در صنعت اسباب‌بازی. - ناکارآمدی نظام ارزیابی و نظارت بر اسباب‌بازی‌های وارداتی. - نبود هماهنگی و هم‌بستگی میان توزیع‌کنندگان برای اصلاح رویه‌ها و جلوگیری از تنش در بازار. - کمبود نقاط فروش اسباب‌بازی. - نبود نظام قیمت‌گذاری واحد و متوازن در سطح مراکز عرضه. - وجود نظام سنتی و انحصارگرایانه در توزیع محصولات اسباب‌بازی و نبود کانال‌های توزیع هدفمند. - نبود نظام و ساختار کارآمد برای صادرات اسباب‌بازی.</p>	توزیع و فروش
<p>- ضعف جدی بازاریابی فرهنگی در صنعت اسباب‌بازی به ویژه در طراحی شخصیت و روایت. - نبود برنامه‌های ترویجی در حوزه ارتقای فرهنگ مصرف اسباب‌بازی. - نبود سازوکارهایی جهت معرفی و ترویج کاربردی بازی و اسباب‌بازی به ویژه در محیط‌های اجتماعات کودکان و نوجوانان. - ضعف دانشی و عملیاتی در حوزه‌های بازاریابی، برندسازی (ویژندسازی) و تبلیغات در صنعت اسباب‌بازی. - نبود برنامه‌های تلویزیونی جذاب برای معرفی اسباب‌بازی‌های ایرانی. - بالا بودن تعرفه‌های تبلیغاتی صداوسیما برای اسباب‌بازی‌های ایرانی. - عدم توجه و برنامه‌ریزی دیپلماسی برای استفاده از ظرفیت محصولات اسباب‌بازی برای دیپلماسی فرهنگی با کشورهای مجاور و همسایه.</p>	ترویج و تبلیغ
<p>- فرهنگ نادرست خانواده‌ها در استفاده از اسباب‌بازی به مثابه کالایی تجملاتی و غیرضروری. - بی‌اطلاعی یا کم‌اطلاعی خانواده‌ها از ابعاد فرهنگی و پیامدهای تربیتی اسباب‌بازی و تقلیل یافتن ادراک از اسباب‌بازی به عنوان وسیله‌ای برای سرگرم کردن کودکان در خانواده‌ها. - ضعف در نهادها و سازوکارهای جریان‌ساز و آگاهی‌بخش به مخاطبان نسبت به ابعاد و دامنه‌های تأثیر اسباب‌بازی. - کم‌توجهی به پیوست‌نگاری فرهنگی برای محصولات اسباب‌بازی. - ناآشنایی مربیان و معلمان به استفاده از بازی و اسباب‌بازی در فرایندهای آموزشی و پرورشی. - تسری سلیق و گرایش‌های مصرفی خانواده‌های مرفه در انتخاب اسباب‌بازی‌های تجملاتی و خارجی به اقشار دیگر جامعه. - غلبه بازی‌های دیجیتال (رقومی) به جای اسباب‌بازی در سید مصرف فرهنگی و سرگرمی خانواده‌ها. - ضعف نهادهای متولی در ذائقه‌سازی و فرهنگ‌سازی استفاده صحیح از اسباب‌بازی.</p>	فرهنگ مصرف



دسته‌بندی شده و روشمند از وضعیت کنونی و روندهای پی‌آیند در بخش‌ها و ابعاد مختلف زنجیره ارزش صنعت اسباب‌بازی است. از سوی دیگر، گردش اطلاعات در حوزه اسباب‌بازی اغلب به‌طور محفلی و توأم با برداشتهای شخصی و تجارب فردی است. نبود مراجع داده و اطلاعات، حجم اندک پژوهش‌های انجام‌شده، ضعف اطلاع‌رسانی و کمبود بسترها و رویدادهای هم‌اندیشی، از مهم‌ترین دلایل شکل‌گیری این مشکل به‌شمار می‌آیند [۱۳]. افزون بر این، مدیریت دانش در صنعت اسباب‌بازی امر مهمی است که به آن کمتر توجه شده است. بانک اطلاعاتی جامعی از فعالیت‌های این حوزه وجود ندارد تا یک تولیدکننده تازه‌کار بداند باید چه فرایندی از سعی و خطا را طی کند؟ برای مدون‌سازی علوم و فنون این حرفه و در کنار آن آموزش‌های تخصصی نیز کمتر راهکاری وجود دارد. همچنین نبود یا ضعف رشته‌ها و سرفصل‌های دانشگاهی و حتی آموزش‌های مربوط به تجاری‌سازی این محصولات از خلأهای جدی به‌شمار می‌روند.

**۱۳) رعایت نشدن حقوق مالکیت معنوی تولیدکنندگان داخلی و رواج کپی (روگرفت) غیرقانونی:** به دلیل ضعف نظام حقوقی مالکیت معنوی، بازار کنونی اسباب‌بازی از محصولات کپی (روگرفت) اشباع شده است. اگرچه ساز و کاری قانونی برای ثبت طرح‌های اسباب‌بازی در شورای نظارت بر اسباب‌بازی و وزارت صمت ایجاد شده است، اما به دلیل ضعف پیگیری‌های قضایی و اقدامات نظارتی در این زمینه، بر خورد با متخلفان به نتیجه خاصی نمی‌انجامد، البته شایان ذکر است که برخی طرح‌ها و محصولات ثبت‌شده تولید داخل نیز خود با اندکی تغییر، کپی (روگرفت) شده یا برگرفته از محصولات خارجی هستند و اسباب‌بازی‌هایی که ایده و طراحی بومی و ابداعی داشته باشند، بسیار کم‌شمارند. با این حال، بسیاری از محصولات داخلی دارای مجوز و گواهی ثبت نیز توسط تولیدکنندگان غیرقانونی و غیررسمی و به اصطلاح زیرزمینی، با کیفیتی نازل و بدون رعایت استانداردهای ایمنی و بهداشتی کپی (روگرفت) شده و با قیمتی کمتر از محصول اصلی در بازار عرضه می‌شوند.

**۱۴) خلأ نظام صنفی صنعت اسباب‌بازی:** اصناف تولیدکننده کالا و خدمات، افزون بر تحولات اقتصادی، آثار قابل توجهی بر مسائل فرهنگی و اجتماعی دارند. دامنه این امر آنقدر گسترده است که آثار آن در موارد متعددی مانند چگونگی ترکیب سبد تقاضا، معیارهای قیمت‌گذاری، شیوه‌های تبلیغاتی، طراحی

پس از احصای مسائل و چالش‌های صنعت اسباب‌بازی در ابعاد و جنبه‌های گوناگون، با مرور منابع کتابخانه‌ای و نیز برگزاری نشست‌های تخصصی و جلسات مصاحبه با فعالان شاخص بازار اسباب‌بازی، خبرگان صاحب‌نظر و مسئولان دولتی و غیردولتی مرتبط، فهرست مسائل احصا شده اولویت‌بندی شدند. در ادامه، پراولویت‌ترین موارد از لحاظ کلان و مبنایی بودن، تأثیرگذاری مستقیم و عمیق بر حوزه اسباب‌بازی و نیز برخورداری از جنبه‌های تقنینی، شناسایی شدند که عبارتند از:

**۱) برخوردار نشدن صنعت اسباب‌بازی از تسهیلات بخش فرهنگ:** در حال حاضر، وضعیت حوزه اسباب‌بازی در کشور، عمدتاً به «بازار» اسباب‌بازی نزدیک است، نه «صنعت» اسباب‌بازی؛ صنعتی شدن این حوزه به لوازمی نیاز دارد که تاکنون به‌طور کامل محقق نشده‌اند. یکی از لوازمی که در مقطع کنونی می‌تواند به رونق و گسترش هدفمند تولید داخل کمک شایانی کند و زمینه‌ساز تحقق «صنعت اسباب‌بازی» در کشور باشد، اعطای تسهیلات مالیاتی به فعالان این عرصه فرهنگی است. در قوانین و مقررات موجود در حوزه مالیات‌های مستقیم و غیرمستقیم، محصولات اسباب‌بازی بر خلاف بسیاری از کالاها و خدمات فرهنگی و هنری دیگر، از معافیت‌ها، تخفیف‌ها یا اعتبارهای مالیاتی برخوردار نیستند. از این‌رو، تولیدکنندگان داخلی که عمدتاً با درصد اندکی سود به تولید محصول می‌پردازند، در صورت برخورداری از تسهیلات مالیاتی می‌توانند بر کیفیت و کمیت فعالیت‌های خود افزوده و در رویارویی با رقبای خارجی در بازارهای داخلی و فرامرزی، به‌طور مؤثرتری عرض‌اندام کنند که این امکان در حال حاضر در حداقل‌ترین شکل است. افزون بر اینها، با اینکه بستر تبلیغات بازرگانی در سازمان صداوسیما می‌تواند نقش بسزا و گسترده‌ای در معرفی، ترویج و بازاریابی اسباب‌بازی‌های بومی و تولید داخل داشته باشد، تولیدکنندگان و شرکت‌های داخلی به دلیل تعرفه‌های بالای تبلیغاتی صداوسیما، در عمل امکان و توان بهره‌گیری از این ظرفیت را ندارند.

**۲) کاستی‌های جدی در نظام آماری و اطلاعاتی و مدیریت دانش:** همان‌طور که پیشتر نیز اشاره شد، آمارهای موجود و اعلامی درباره وضعیت بازار و صنعت اسباب‌بازی ناقص و تخمینی بوده و از دقت و جامعیت لازم بی‌بهره‌اند. این در حالی است که یکی از لوازم سیاستگذاری کارآمد و طراحی نقشه راه برای ارتقای این صنعت خلاق و فرهنگی، در دست داشتن اطلاعات توصیفی و تحلیلی

وارد کنندگان، توزیع کنندگان و فروشندگان برای تأمین نیاز بازار به کالاهای قاچاق روی بیاورند. در این راستا نیاز است که سیاست‌ها و اقدامات مدنظر بر افزایش کمی و کیفی تولیدات داخلی متمرکز شده تا به تدریج کالاهای تولید داخل جایگزین کالاهای قاچاق شوند، البته طی سال‌های فعالیت حوزه اسباب‌بازی در کشور، با اقدامات انجام‌شده و شرایط به‌وجود آمده (از قبیل افزایش تولید کنندگان داخلی، ایجاد محدودیت در واردات و بالا رفتن نرخ ارز)، به تدریج سهم کالاهای تولید داخل در بازار رشد قابل توجهی یافته و از میزان بسیار اندک زیر ده درصد به حدود یک‌سوم و حتی -طبق برخی آمارهای اعلامی که پیشتر اشاره شد- نزدیک به پنجاه درصد از بازار اسباب‌بازی رسیده است. با این حال، چه از لحاظ ذائقه و گرایش مخاطبان و چه از لحاظ گردش مالی، اسباب‌بازی‌های قاچاق همچنان حضوری مؤثر و چشمگیر در بازار اسباب‌بازی کشور دارند.

#### ۶- کم توجهی به پیوست‌نگاری و بازارپردازی فرهنگی

برای محصولات اسباب‌بازی: همان‌طور که در بیانات مقام معظم رهبری<sup>مدظله‌العالی</sup> مورد تأکید قرار گرفته است، به مسئله پیوست فرهنگی در حوزه اسباب‌بازی توجه چندانی نشده است. در واقع، نبود برنامه‌ریزی مناسب برای بازارپردازی فرهنگی و ضعف پیوستاری زنجیره ارزش در حوزه اسباب‌بازی، از مهم‌ترین موانع شکوفاشدن صنعت اسباب‌بازی در کشور قلمداد می‌شود. از برجسته‌ترین عواملی که به پدید آمدن چنین وضعیتی منجر شده‌اند، می‌توان این موارد را نام برد:

■ ضعف در تولید داستان و روایت و شخصیت‌پردازی از گنجینه‌های فرهنگی و تاریخی بومی و تبدیل آنها به آثار هنری و محصولات رسانه‌ای (در قالب‌هایی مانند رمان، پی‌نما (کامیک)، پویانمایی، سریال، فیلم سینمایی، بازی‌های دیجیتال (رقومی) و...).

■ تکیه و تمرکز تولید کنندگان داخلی بر استفاده از شخصیت‌های خارجی شناخته‌شده و پرطرفدار در میان مخاطبان برای کاهش هزینه‌های ترویج و بازاریابی و افزایش تضمین فروش محصول.

■ داده‌محور و هوشمند نبودن فرایندها و سازوکارهای ترویج، بازاریابی و تبلیغات و ضعف حمایت‌های بخش دولتی در این زمینه.

■ پژوهش‌محور نبودن مخاطب‌شناسی، بازاریابی و تحلیل روندهای جاری در فرهنگ مصرف اقشار گوناگون مردم.

فیزیکی بازارها، میزان محاسبه سود، حجم ورود و خروج کالاها و خدمات به کشور و... پدیدار است [۱۴]. با این حال، عوامل متعددی مانع از شکل‌گیری و استقرار نظام صنفی در صنعت اسباب‌بازی کشور شده‌اند؛ به دلیل گوناگون بودن نوع مواد اولیه، بعضی از تولید کنندگان اسباب‌بازی طی این سال‌ها ذیل اتحادیه‌های نامناسب و پراکنده‌ای مانند خرازی، پلاستیک و نایلون و چوب قرار گرفته و دیگر بازیگران این عرصه نیز از لحاظ صنفی جایگاه مشخصی ندارند. از سوی دیگر، نبود هویت سازمان‌یافته و همکاری و هم‌افزایی مناسب در میان فعالان عرصه اسباب‌بازی -برای مثال، در بستری مانند شورای نظارت بر اسباب‌بازی که نمایندگان ذی‌نفعان مختلف در آن عضویت و حضور دارند- از جمله این عوامل است، البته در سطح ملی در سال ۱۳۹۶ نهاد‌های صنفی «انجمن تولید کنندگان اسباب‌بازی ایران» و «انجمن فروشندگان اسباب‌بازی و عروسک‌های پولیشی» تشکیل شده‌اند، اما برای ایجاد یک نظام صنفی توانمند و اثرگذار، نیاز است شبکه‌ای از اتحادیه‌ها، انجمن‌ها، تعاونی‌ها، تشکل‌ها و... در سطوح مختلف به نمایندگی از طراحان، تولید کنندگان، توزیع کنندگان، فروشندگان، مصرف کنندگان و دیگر بخش‌های صنعت اسباب‌بازی برای راهبری و ایجاد هم‌افزایی در زنجیره ارزش این صنعت، شکل بگیرد.

#### ۵- سهم بالای کالای قاچاق در بازار: همان‌طور که

پیشتر در بخش بررسی آماری اشاره شد، حجم قابل توجهی از اسباب‌بازی‌های موجود در بازار از شیوه‌های غیرقانونی و قاچاق، تأمین و توزیع می‌شوند. با توجه به اینکه در میان کالاهای قاچاق موجود در کشور کالایی چون اسباب‌بازی وجهه آسیب‌زندگی کمتری از لحاظ ایمنی، اقتصادی و فرهنگی دارد (برای مثال، در مقایسه با مواد مخدر یا لوازم خانگی)، در مواقع برخورد با چنین اسباب‌بازی‌هایی سخت‌گیری کافی انجام نمی‌شود. بدین ترتیب، بخش زیادی از اسباب‌بازی‌های قاچاق کشف و ضبط شده، امحا یا مرجوع نشده و به طرق مختلفی (مانند فروش از طریق مزایده توسط سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی) دوباره وارد بازار می‌شود. این اسباب‌بازی‌ها علاوه بر اینکه ضربه‌ای جدی بر پیکره تولید کنندگان داخلی وارد می‌آورند، از لحاظ فرهنگی نیز عمدتاً حاوی ارزش‌ها و نمادهای آسیب‌زا و مهاجم هستند. از سوی دیگر، میزان تقاضای موجود در بازار اسباب‌بازی کشور ایجاب می‌کند که



## ۵. راهکارهای پیشنهادی



مالیات‌های مستقیم» که در تاریخ ۱۳۹۳/۱۲/۲۵ از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان امور مالیاتی کشور ابلاغ شده است، فهرست مصادیق فعالیت‌های موضوع این حکم در دسته‌های مجزای «انتشاراتی»، «مطبوعاتی»، «فرهنگی» و «هنری» آمده است، اما حوزه اسباب‌بازی در آن جایی ندارد. در جزء «۳» بند «ن» تبصره «۶» قانون بودجه سال ۱۴۰۲ کل کشور نیز در این خصوص آمده است: «درآمد سالانه مشمول اشخاص موضوع بند «ل» ماده (۱۳۹) قانون مالیات‌های مستقیم تا معادل چهار برابر سقف مالیاتی ماده (۸۴) قانون مذکور معاف است و مازاد بر آن حسب مورد به نرخ قانون مالیات‌های مستقیم، مشمول مالیات است. فعالیت‌های انتشاراتی، مطبوعاتی و قرآنی و مؤسسات رسانه‌ای دارای مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کماکان از معافیت مندرج در بند «ل» ماده (۱۳۹) قانون مالیات‌های مستقیم برخوردار خواهند بود.»

در بخش پایانی گزارش، با توجه به مسائل و چالش‌های پیش گفته، راهکارهایی به منظور ساماندهی و بهبود وضعیت صنعت اسباب‌بازی پیشنهاد می‌شوند. اگرچه متناظر با مجموعه مسائل مطرح شده در بخش پیشین (جدول ۴) می‌توان ملاحظات و پیشنهادها را برشماری را مطرح کرد، در این بخش صرفاً بر بیان راهکارهایی تمرکز شده است که شش مسئله اصلی و اولویت‌دار یادشده را هدف قرار می‌دهند.

**۱- افزودن محصولات اسباب‌بازی به فهرست کالاهای فرهنگی مشمول تسهیلات مالیاتی:** براساس بند «ل» ماده (۱۳۹) قانون مالیات‌های مستقیم (اصلاحیه مصوب ۱۳۹۴/۴/۳۱)، فعالیت‌های انتشاراتی، مطبوعاتی، قرآنی، فرهنگی و هنری که به موجب مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام می‌شوند، از پرداخت مالیات معاف هستند. در «دستورالعمل اصلاحی موضوع ماده (۱۲) آیین‌نامه اجرایی تبصره «۳» ماده (۱۳۹) اصلاحی قانون

**حکم پیشنهادی:** الحاق کالاهای اسباب‌بازی در «دستورالعمل موضوع ماده (۱۲) آیین‌نامه اجرایی تبصره «۳» ماده (۱۳۹) اصلاحی قانون مالیات‌های مستقیم»، ذیل طبقه فعالیت «فرهنگی» و تعریف نوع فعالیت جدیدی با عنوان «تولید اسباب‌بازی‌های بومی مطابق با فرهنگ ایرانی-اسلامی» و با تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

از سوی دیگر، در ماده (۹) قانون مالیات بر ارزش افزوده (مصوب ۱۴۰۰/۴/۱۲) نیز برخی کالاها و خدمات فرهنگی از پرداخت این مالیات معاف شده‌اند. کالاها و خدمات فرهنگی مشمول عبارتند از: «خمیر کاغذ و کاغذ باطله، دفتر تحریر، کاغذ چاپ، تحریر و روزنامه، کتاب، روزنامه، مجله و نشریه، خدمات زینک، چاپ، انتشار روزنامه اعم از کاغذی یا الکترونیکی، کتاب، نشریه و خدمات نشر و توزیع آنها به استثنای مؤسسات کمک آموزشی و کنکور و هرگونه تبلیغات کالاها و خدمات داخلی در روزنامه‌ها و نشریات».

**حکم پیشنهادی:** الحاق کالاها و خدمات مربوط به حوزه اسباب‌بازی ذیل کالاها و خدمات فرهنگی مشمول ماده (۹) «قانون مالیات بر ارزش افزوده» (مصوب ۱۴۰۰/۴/۱۲) صرفاً محصولات تولید داخل.

**۲- ایجاد نظام آماری و بسترهای مشورتی در صنعت اسباب‌بازی:** در راستای جبران کاستی‌های جدی موجود در بُعد آمار و اطلاعات حوزه اسباب‌بازی در کشور، حکم قانونی زیر پیشنهاد می‌شود:

**حکم پیشنهادی ذیل برنامه توسعه:** به منظور تقویت وضعیت‌شناسی و عملکردسنجی زیست‌بوم اسباب‌بازی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین لوازم صنعتی‌سازی حوزه اسباب‌بازی کشور، معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری (ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم) مکلف است با همکاری مرکز آمار ایران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (مرکز رصد فرهنگی کشور)، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان (دبیرخانه شورای نظارت بر اسباب‌بازی)، انجمن‌ها و اتحادیه‌های صنفی حوزه اسباب‌بازی و دیگر نهادها و ذی‌نفعان مربوطه، نسبت به طراحی نظام آماری، تدوین نظام‌نامه آماری و تهیه و انتشار برخط و عمومی گزارش‌های ادواری توصیفی و تحلیلی در همه موضوعات موردنیاز صنعت اسباب‌بازی کشور، اقدام کند.

به‌منظور تنظیم‌گری اختصاصی مسئله مالکیت معنوی در حوزه اسباب‌بازی ایجاد شود. در این راستا، اقداماتی مانند ایجاد شعبه تخصصی در مراجع قضایی به‌منظور صیانت از حقوق مالکیت فکری و معنوی می‌تواند بسیار راهگشا باشد. علاوه بر این، با افزایش اعتبار و ضمانت اجرای مجوزها و گواهی‌ها، در کنار ابعاد سلبی (از قبیل پلمب کردن محل کسب و کار متخلفان یا تعطیلی تولیدی‌های فاقد مجوز) لازم است با امتیازبخشی به دارندگان مجوز، بر اعتبار و کارکرد مجوزها افزوده شود. این امتیازبخشی می‌تواند در قالب اعطای تسهیلات و حمایت‌های مادی و معنوی، ارائه خدمات زیرساختی و مشورتی رایگان یا کم‌هزینه یا اعطای تخفیف در تعرفه‌های تبلیغاتی و... محقق شود.

**تشکیل نظام صنفی صنعت اسباب‌بازی:** مجموع تعداد واحدهای صنفی در بیشتر شهرستان‌ها و استان‌های کشور به حدنصاب تشکیل اتحادیه نمی‌رسد.<sup>۱</sup> بدین ترتیب، این واحدهای صنفی یا از ظرفیت حمایت‌های صنفی بی‌نصیب می‌مانند یا ناچار می‌شوند ذیل اتحادیه‌هایی نامرتب و نامناسب قرار گیرند. در تبصره‌های «۵»، «۶» و «۷» ماده (۲۱) قانون نظام صنفی کشور (اصلاحیه مصوب ۱۳۹۲/۶/۱۲)، شرایط تسهیل‌گرانه‌ای برای تشکیل اتحادیه برای واحدهای صنفی کمتر از حدنصاب در نظر گرفته شده است. بر این اساس، با توجه به نوپا و کوچک‌مقیاس بودن بسیاری از واحدهای صنفی فعال در حوزه اسباب‌بازی، مقتضی است وزارت صنعت، معدن و تجارت (هیئت‌عالی نظارت بر سازمان‌های صنفی کشور و اتاق اصناف ایران) حمایت‌ها و پشتیبانی‌های لازم -از قبیل صدور مجوز تشکیل نهادهای صنفی با تعداد اعضای کمتر- را برای تشکیل اتحادیه‌های صنفی تخصصی بخش‌های مختلف صنعت اسباب‌بازی در سطوح استانی و ملی یا تبدیل انجمن‌های صنفی موجود به اتحادیه‌های صنفی به عمل

افزون بر این، در راستای ارتقای بازار و صنعت اسباب‌بازی در کشور نیاز است با تعبیه بسترها و سازوکارهای مشورتی و توسعه‌دهنده (نظیر استارت‌آپ و انکوباتور) با راهبری معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری (ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم) و با همکاری انجمن‌ها و اتحادیه‌های صنفی و نیز متخصصان، صاحب‌نظران و افراد مجرب در این زمینه، خدمات مشورتی، آگاهی‌افزایی و مهارت‌آموزی در بخش‌های مختلف زنجیره ارزش اسباب‌بازی -با تأکید بر بخش‌های ایده‌پردازی و طراحی، بازاریابی و فرهنگ مصرف- به فعالان و مخاطبان این عرصه ارائه شود.

**صیانت از حقوق مالکیت معنوی طراحان و تولیدکنندگان با بهره‌گیری توأمان از ابزارهای سلبی و ایجابی:** یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های صنعت اسباب‌بازی و نیز دیگر صنایع خلاق و فرهنگی در کشور، ضعف نظام قانونی در حوزه‌ی مالکیت معنوی و حقوق مربوط به تألیف و نشر است. در رویارویی با چنین چالشی دوراهکار بلندمدت (مانند گار) و کوتاه‌مدت (موقت) متصور است. راهکار بلندمدت تدوین و تصویب قانون جامعی در حوزه مالکیت معنوی و فکری در کشور است؛ به‌گونه‌ای که نیازها و چالش‌های همه متاثران از این مسئله -از جمله فعالان صنایع خلاق و فرهنگی- لحاظ شده و با تعیین و ترسیم چارچوب‌ها و فرایندهای تنظیم‌گرانه کارآمد و شفاف، حفاظت و حمایت حداکثری از حقوق مربوط به مالکیت معنوی و فکری محقق شود. با این حال، در چنین شرایطی برای جلوگیری از افزایش و گسترش آسیب به پدیدآورندگان و تولیدکنندگان داخلی اسباب‌بازی لازم است چارچوب‌هایی قانونی، نظارتی، قضایی و تشویقی در قالب‌هایی چون آیین‌نامه، دستورالعمل، صدور گواهی، اعطای نشان، طراحی جشنواره‌ها و جوایز و...

۱. براساس تبصره «۲» ماده (۲۱) قانون نظام صنفی کشور، حدنصاب تعداد واحدهای صنفی برای تشکیل یک اتحادیه در کشور به این صورت است: الف) در تهران، ۳۰۰ واحد، ب) در شهرستان‌های با بیش از دو میلیون نفر جمعیت، ۲۰۰ واحد، ج) در شهرستان‌های دارای بیش از یک میلیون نفر و کمتر از دو میلیون نفر جمعیت، ۱۵۰ واحد، د) در شهرستان‌های دارای بیش از پانصد هزار نفر و کمتر از یک میلیون نفر جمعیت، ۱۰۰ واحد و ه) در شهرستان‌های با کمتر از پانصد هزار نفر جمعیت، ۵۰ واحد.



این کالاها می‌تواند اقدام ایجابی و تشویقی مناسبی برای کاهش سهم کالاهای غیرقانونی در بازار باشد. افزون بر این، گسترش دایره نظارتی به مراکز چاپ و بسته‌بندی مربوط به محصولات غیرقانونی کپی شده از طرح‌ها و تولیدات داخلی، می‌تواند از ورود بخش قابل توجهی از این محصولات به بازار جلوگیری کند.

#### طراحی الزامات و مشوق‌های تقویت پیوست فرهنگی

**محصولات اسباب‌بازی:** عمده پیشنهاد‌های پیش گفته به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر تقویت پیوست فرهنگی و بهبود وضعیت بازارپردازی در حوزه اسباب‌بازی تأثیر می‌گذارند. با وجود این، با طراحی برخی راهبردهای الزام‌آور یا تشویقی می‌توان ظرفیت‌های کنونی را در راستای تحقق هرچه بیشتر این مهم، رهنمون کرد. نهادها و سازمان‌های دولتی فعال در عرصه تولید و عرضه محصولات اسباب‌بازی ملزم هستند که در تعامل و همکاری با دیگر ذی‌نقشان و با بهره‌گیری از آثار دیداری-شنیداری زمینه‌ساز (با تأکید بر پویانمایی و بازی‌های دیجیتال (رقومی))، پیش از تولید محصول مخاطبان هدف را با شخصیت‌ها و جهان داستانی مربوط به اسباب‌بازی‌ها آشنا ساخته و از این طریق اشتیاق و تقاضا ایجاد کنند. گذشته از این، برای بازیگران بخش خصوصی نیز باید مشوق‌هایی -از سنخ راهکارهای پیشنهادی مزبور- فراهم کرد. به گونه‌ای که تولیدکنندگان به استفاده از شخصیت‌های معرفی شده بومی ترغیب شده و با محوریت این دسته از شخصیت‌ها، به تولید محصول بپردازند.

آورد. افزون بر این، پیشنهاد می‌شود معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری (ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم) تمهیدات لازم از قبیل پشتیبانی‌های زیرساختی و حمایت‌های مالی -از طریق مشارکت با سرمایه‌گذاران خطرپذیر<sup>۲</sup>- را برای حرکت شرکت‌های توانمند حوزه اسباب‌بازی به سمت تولید محصولات و ارائه خدمات دانش‌بنیان، فراهم کند. به این وسیله می‌توان از ظرفیت‌های حمایتی و تسهیلگرانه موجود در صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری، قانون جهش تولید دانش‌بنیان (مصوب ۱۴۰۱/۲/۳۱) و دیگر بسترهای مرتبط، برای رونق و شکوفایی صنعت اسباب‌بازی استفاده کرد. همچنین پشتیبانی از ایجاد پارک‌های علم و فناوری تخصصی صنعت اسباب‌بازی توسط معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری و جایابی آنها مبتنی بر ظرفیت‌های تولیدی و توزیعی مناطق مختلف کشور، از دیگر اقدامات راهگشا در این زمینه است.

#### مقابله با کپی (روگرفت) غیرقانونی و قاچاق: به‌منظور

چاره‌جویی برای تولید و توزیع غیرقانونی (اعم از کپی (روگرفت) داخلی و قاچاق) اسباب‌بازی در کشور، علاوه بر تشدید و تدقیق سازوکارها و ابزارهای نظارتی (مانند کشف و ضبط و پلمب کردن اماکن غیرقانونی کسب و کار)، راهکارهای دیگری نیز قابل طرح است. طراحی و به‌کارگیری یک شناسه یا نشان معتبر برای تشخیص و اعتباربخشی به کالاهای استاندارد و قانونی تولید داخل به انضمام امتیازدهی به تولیدکنندگان و همچنین مصرف‌کنندگان

۱. طبق ماده (۲) «آیین‌نامه چگونگی تشکیل، حدود وظایف و اختیارات و چگونگی عملکرد انجمن‌های صنفی و کانون‌های مربوط» (موضوع ماده (۱۳۱) قانون کار جمهوری اسلامی ایران)، کمترین نصاب لازم برای تشکیل انجمن صنفی کارگری در سطح کارگاه ده نفر و در صنف، دست‌کم پنجاه عضو از صنف مربوط، از کارگاه‌های مختلف است. انجمن صنفی کارفرمایی نیز دست‌کم با عضویت ده شخصیت حقوقی یا حقیقی تشکیل می‌شود.

۲. سرمایه‌گذار خطرپذیر (Venture Capital)، تأمین سرمایه لازم برای شرکت‌ها و کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ) و کارآفرین است که از ظرفیت رشد بالایی در طولانی‌مدت برخوردار بوده و البته به‌طور بالقوه خطرپذیری (ریسک) بالایی نیز دارند.



- [۱] کریم، مردمی و سیما، ابراهیمی. بازی‌انگیزی، راهبرد طراحی محیط‌های یادگیری، انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، جلد ۷، ۱۳۹۳، صص ۶۵-۷۴.
- [۲] فلاحتی، حمید. پرونده ویژه: اسباب‌بازی، دوماهنامه پایش سبک‌زندگی، جلد ۳، ش ۱۵، ۱۳۹۵، صص ۱۲۱-۶۰.
- [۳] آقای، س. سیاست‌نامه توسعه صنعت اسباب‌بازی ایران، گروه سیاست‌پژوهی و تحلیل داده‌نما، تهران، ۱۴۰۰.
- [۴] خانی، سجاد و مهدی، ایزدخواه و محمد، اسدی. کودک ایرانی و اسباب‌بازی؛ تحلیلی بر رفتار مصرف‌کننده، تهران، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، ۱۳۹۸.
- [۵] دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای، بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۹ آذر ۱۳۹۲. [درون خطی]. Available: <https://khl.link/f/۲۴۷۲۱>. [دستیابی در ۱۴۰۲ مهر ۲۶].
- [6] Circana, "The Toy Association," The Toy Association, 2022. [Online]. Available: <https://www.toyassociation.org/ta/research/data/population/toys/research-and-data/data/global-sales-data.aspx>. [Accessed 18 October 2023].
- [۷] اکرمی، زهرا، ایسنا، خبرگزاری دانشجویان ایران، ۱۹ تیر ۱۴۰۲. [درون خطی]. Available: <https://www.isna.ir/news/1402041912077>. [دستیابی در ۱۴۰۲ مهر ۲۶].
- [۸] فارس، خبرگزاری فارس، خبرگزاری فارس، ۲۴ آبان ۱۴۰۰. [درون خطی]. Available: <https://www.farsnews.ir/news/14000824000848>. [دستیابی در ۱۴۰۲ مهر ۲۶].
- [۹] همیار دانش‌بنیان، خانه خلاق و نوآوری مجازی همیار دانش‌بنیان، ۱۷ شهریور ۱۴۰۱. [درون خطی]. Available: <https://hamyardaneshbonyan.ir/article/237>. [دستیابی در ۲۲ آبان ۱۴۰۲].
- [۱۰] پرورش، زهره. خبرگزاری صداوسیما، ۲۰ مهر ۱۴۰۲. [درون خطی]. Available: <https://www.iribnews.ir/fa/news/4013296>. [دستیابی در ۲۶ مهر ۱۴۰۲].
- [۱۱] بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۹۲/۰۹/۱۹. [درون خطی]. Available: <https://farsi.khamenei.ir/audio-content?id=24760>.
- [۱۲] نخچی، م. بازی‌بین، ۱۶ خرداد ۱۳۹۹. [درون خطی]. Available: <https://bazibin.com/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D-B%8C%D9%84-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D8%B3%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D8%A8%D8%A7%D8%B2D-B%8C-%D8%AF%D8%B1-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86/>. [ردی‌بایت‌سند]. [16] ن‌باباً 1402].
- [۱۳] شورای نظارت بر اسباب‌بازی، کاستی‌ها و مشکلات موجود در صنعت اسباب‌بازی (نظام مسائل)، شورای نظارت بر اسباب‌بازی، ۱۴۰۰، اسفند.
- [۱۴] عیوضلو، حسین و جواد، ارباب. اصلاح سازوکار نظام صنفی عرضه و تقاضای کالاها و خدمات در پرتو آموزه‌های اسلام، مطالعات اقتصاد اسلامی، جلد ۳، ش ۱، ۱۳۸۹، صص ۸۷-۶۹.





#### گزیده سیاستی

اسباب‌بازی تأثیری عمیق بر سبک زندگی اعضای جامعه - به‌ویژه کودکان و نوجوانان - دارد. برخوردار نشدن از تسهیلات بخش فرهنگ، کاستی‌های جدی در نظام آماری، عدم رعایت حقوق مالکیت معنوی و خلأ نظام صنفی، اولویت‌ترین چالش‌های صنعت فرهنگی و خلاق اسباب‌بازی هستند.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir