



در مسیر موفقیت

۳ فرمول موفقیت دیزنی

والت دیزنی يك شركت رسانه‌های گروهی آمریکایی است که از بزرگ‌ترین شرکت‌های رسانه‌ای و سرگرمی جهان شناخته می‌شود. دیزنی را شاید بتوان از نمادهای سینما

و تلویزیون غربی دانست، اما همین شرکت فرمول‌هایی برای موفقیت دارد که می‌تواند برای کسب‌وکارهای نوپا بسیار آموزنده باشد.
والت دیزنی برخلاف آنچه بیشتر مردم تصور می‌کنند فقط يك شرکت ساخت پویانمایی نیست؛ بلکه صاحب چند استودیو، پارک تفریحی، شهرهای و فروشگاه است. دیزنی با شعار حقیقت بخشیدن به رویاها، اکوسیستمی از محتوا تولید کرده‌است که کاربران را هر چه بیشتر به خود علاقه‌مند می‌کند. شما می‌توانید در دنیای رویایی دیزنی فیلم نگاه کنید، پویانمایی ببینید، به دیزنی‌لند (شهربازی دیزنی) بروید، لباس یا وسایل شخصیت‌های محبوب خود را خریداری کنید و حتی مراسم عروسی خود را با حضور این شخصیت‌ها برگزار کنید. اکوسیستمی که دیزنی خلق کرده به قدری بزرگ و سودآور است که توانسته یکی از ده شرکت پردرآمد در دنیا باشد. در ادامه به بعضی از عوامل موفقیت دیزنی می‌پردازیم.

۱- **سرمایه‌گذاری گسترده:** زمانی که والت دیزنی به همراه برادرش، کسب‌وکار ساخت پویانمایی را راه انداخت، امید زیادی به موفقیت نداشت. اما باور به موفقیت سرمایه‌گذاری در بازی‌ای که کسی هنوز به طور جدی در آن فعالیت نمی‌کند باعث شد تا دیزنی به فعالیت خود ادامه دهد. با گرفتن اولین اسکار، دیزنی توانست آینده مثبتی را برای خود ترسیم کند اما در همین جاتوقف نکرد. هدف دیزنی تحقق بخشیدن به رویاها بود، پس هر فرصت خلقانه برای این امر را جدی می‌گرفت. سرمایه‌گذاری و فروش‌های زنجیره‌ای دیزنی، محیطی که خانواده‌ها بتوانند اوقات طولانی را در آنجا به دور از هر خطری بگذرانند یکی از این سرمایه‌گذاری‌ها بود. یکی دیگر از اتفاقاتی که رشد دیزنی را رقم زد شروع فعالیت در بازار فیلم‌سازی بود. راه‌اندازی مجموعه تولید اسباب‌بازی و فروش‌های زنجیره‌ای از دیگر فعالیت‌های دیزنی بودند. اگر دیزنی می‌خواست فقط در بازار پویانمایی فعالیت کند ممکن بود خیلی زود شکست بخورد اما توانست با بزرگ کردن بازار خود، موفقیتش را رقم بزند.

۲- **حذف رقبا با همکار:** باتغییر بازار تولید پویانمایی، رقبای جدیدی همچون پیکسار متولد شدند اما راببرد دیزنی در مقابله با این شرکت‌ها، همکاری بود. دیزنی در مرحله اول برای ساخت پویانمایی‌ها با پیکسار همکاری کرد و سپس سهام آن را خرید و خط تولید جدید پویانمایی‌های سه‌بعدی‌اش را راه‌اندازی کرد. این اتفاق در رابطه با رقبای دیگر همچون مارول، لوکاس فیلم (سازنده سری فیلم‌های جنگ ستارگان) و میراماکس نیز افتاد؛ به طوری که دیزنی توانست تمام گیشه‌های کودک و نوجوان را از آن خود کند. این تصمیم دیزنی همه رقبا را حذف کرد و تیم‌های تخصصی برایش به ارمغان آورد تا بتواند فعالیت خود را گسترش دهد.

۳- **داستان‌سرایی:** دیزنی می‌تواند داستان تعریف کند. شاید شنیدن این حرف عجیب باشد، اما همین داستان‌سرایی توانسته دیزنی را به شرکتی موفق در طول دوران تبدیل کند. روایسازی، قهرمانی برای حمایت کردن، ساختار داستانی اثربخش و تزریق امید در روایت‌های دیزنی توانسته مخاطبان را به داستان‌هایش وفادار کند. در گذشته دیزنی نسبت به اثری که بر جامعه می‌گذارد هوشیارانه عمل نمی‌کرد، اما امروزه داستان‌ها و شخصیت‌هایش را به‌گونه‌ای انتخاب می‌کند که بیشترین مخاطب را به خود جذب کند. پژوهش‌های جدی و طولانی‌مدت، شیوه‌های بدیع تصویربردازی (مثلا کوکو) و استفاده از موسیقی و آواز ماندگاری این آثار را افزایش داده است. امروزه با ساخت يك روایت، دیزنی می‌تواند میلیون‌ها دلار درآمد کسب کند. این درآمد شامل فروش خود اثر محصولات ساخته شده براساس آن، ویدئوهای کوتاه تبلیغی و ساخت پادمان در پارک‌های دیزنی می‌شود. بازار دیزنی براساس روایت‌ها شکل می‌گیرد و با ساخت هر اثر جدید بیش از پیش وسیع می‌شود. ۱



بهره‌مندی روستاهای کشور از خدمات سنجشی ماهواره‌ها

امروزه از تصاویر ماهواره‌ای در مطالعات مختلف کشاورزی و منابع طبیعی استفاده می‌شود. به همین منظور ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای اجرای طرح استفاده از خدمات ماهواره‌ای در روستاها مذاکراتی را با استانداری‌ها آغاز کرده‌است. بر این اساس استان مازندران به عنوان پایلوت انتخاب و طرح به استانداری تحویل شد. / جام جم



جف بزوس: به آنچه تغییر نمی‌کند، فکر کنید!

جف بزوس، مدیرعامل فروشگاه اینترنتی آمازون و شرکت فضایی بلو اُورجین، در افتتاحیه کنفرانس ری مارس (re:MARS) در مورد موضوعات مختلفی با تمرکز بر هوش مصنوعی صحبت کرد. اما يك توصیه او برای کارآفرین‌هایی که به دنبال ساختن موفقیت پایدار هستند بیشتر به چشم آمد: «به آن چیزی فکر کنید که قرار نیست تغییر کند!» / دیجیاتو



فضای مشاوره و استارت‌آپ‌ها با مرئیان کسب‌وکار عکس‌ها، چالش هم‌اندازی چاه‌جم

جام جم از حال و هوای حاکم بر زیست‌بوم نوآوری کشور

در هشتمین نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری (اینوتکس ۲۰۱۹) گزارش می‌دهد

نمایش زنجیره کسب‌وکار

اینجا برای ورود یا باید عضوی از خانواده بزرگ زیست‌بوم کسب‌وکار باشی یا حداقل علاقه‌مند به افزایش اطلاعات و آگاهی در حوزه کسب‌وکارهای جدید و نوآورانه؛ وگرنه در این فضای بزرگ ۹۰۰۰ مترمربعی خوش آب و رنگ در نمایشگاه بین‌المللی جایی برای پرسه‌زنی بی‌هدف نیست. اینجا همه در تکاپو هستند. یکی به دنبال ارائه ایده‌هایش به سرمایه‌گذاران برای جذب سرمایه و جان بخشیدن به کسب‌وکارش، دیگری برای پروبال دادن به استارت‌آپ‌های نوپا و کوچک غرقه‌ای زده، برخی هم نماینده مجموعه‌ای از شرکت‌های دانش‌بنیان هستند که کنار هم می‌خواهند فضایی پر ظرفیت برای تحرك کسب‌وکار دانش‌بنیان ایجاد کنند. اما داستان به همین غرقه‌ها ختم نمی‌شود! اینجا اگر صاحب ایده‌ای بتواند سرمایه‌گذاری را متقاعد کند، برای صحبت‌های جدی‌تر دور از همه‌همه سالن بازید، اتاقک‌های تعبیه‌شده در گوشه‌ای از این محوطه، جای خوبی برای صحبت‌های رو در روست. گروهی برای افزایش دانش و مهارتشان در رویدادهای آموزشی شرکت می‌کنند. آنها که زنگ‌تر بودند و پیش‌تر طرح‌های خود را برای ارائه به سرمایه‌گذاران علاقه‌مند

ارسال کرده بودند، حالا در کافه‌ای در گوشه دیگری از سالن با سرمایه‌گذارشان ملاقات می‌کنند و پیشنهادهای کاری را رد و بدل می‌کنند. اینجا حتی نوجوانان جوان‌ترهایی که هنوز وارد دنیای کسب‌وکار نشده‌اند نیز از قلم‌نیفتاده‌اند. رویدادها و جلسات آموزشی زیادی برای ایجاد دیدگاه مناسب از زیست‌بوم‌های نوآورانه کسب‌وکار برای دانش‌آموزان در حال برگزاری است. از قدم‌زین میان این همه غرقه متفاوت و پر ایده خسته شده‌اید؟ در هر قسمت از این نمایشگاه، فضایی برای استراحت و پذیرایی و امکان تبادل نظر با افراد دیگر تعبیه شده‌است. اینجا همه چیز برای پرورش ایده‌های ناب و راه‌اندازی کسب‌وکارهای خلاقانه وطنی مهیا است. به هشتمین نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری (INOTEX 2019) خوش‌آمدید!

برای شرکت در نمایشگاه دعوت می‌شد تا ارتباط مورد نیاز برای انتقال دانش و فناوری روز دنیا به فناوران داخلی فراهم شود. ۱»
وی با اشاره به تحول نگرش نمایشگاه از سال ۹۶ می‌افزاید: «در دو سال گذشته تمرکز نمایشگاه به زیست‌بوم‌های نوآوری داخل کشور معطوف شد؛ به طوری که در سال ۹۷ از تمام اجزای این زیست‌بوم برای شرکت در نمایشگاه دعوت به عمل آمد و حدود ۳۰۰ شرکت و استارت‌آپ در هفتمین نمایشگاه اینوتکس شرکت داشتند. امسال این نمایشگاه با حضور بیش از ۴۰۰ شرکت دانش‌بنیان، استارت‌آپ، پارک‌های علم و فناوری و شتاب‌دهنده در مساحتی دو برابر سال گذشته برگزار شد. نمایشگاه امسال در سه بخش بازدید از غرقه‌ها، شرکت در رویدادها و فعالیت‌های جانبی برگزار شد. تقی‌پور در رابطه با رویدادهای نمایشگاه امسال تصریح می‌کند:

در هفته‌ای که گذشت اهالی کسب‌وکارهای جدید و استارت‌آپ‌های کشور روزهای پر جنب و جوشی را سپری کردند. هشتمین نمایشگاه نوآوری و فناوری که از یکشنبه ۱۹ خرداد ۹۸ سخنرانی سوزنا ستاری، معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری آغاز به کار کرده بود، چهارشنبه پس از گذراندن چهار روز پر از چالش و تبادل نظر اهالی زیست‌بوم کسب‌وکار به کار خود خاتمه داد. اکبر قنبرپور، دبیر این نمایشگاه در خصوص فعالیت‌های اینوتکس طی هشت دوره برگزاری به جام‌جم می‌گوید: «نزدیک به هزار شرکت در هفت دوره گذشته در این نمایشگاه مشارکت داشتند و بیش از ۲۵ هزار بازدیدکننده نیز در دوره‌های پیش از این نمایشگاه بازدید کرده‌اند. تا سال ۹۵ هدف اصلی از برگزاری این نمایشگاه بیشتر انتقال فناوری از کشورهای خارجی بود، بنابراین از شرکت‌های فنار خارجی متعددی



عسل اخویان طهرانی

دانش و سلامت

برای شرکت در نمایشگاه دعوت می‌شد تا ارتباط مورد نیاز برای انتقال دانش و فناوری روز دنیا به فناوران داخلی فراهم شود. ۱»

وی با اشاره به تحول نگرش نمایشگاه از سال ۹۶ می‌افزاید: «در دو سال گذشته تمرکز نمایشگاه به زیست‌بوم‌های نوآوری داخل کشور معطوف شد؛ به طوری که در سال ۹۷ از تمام اجزای این زیست‌بوم برای شرکت در نمایشگاه دعوت به عمل آمد و حدود ۳۰۰ شرکت و استارت‌آپ در هفتمین نمایشگاه اینوتکس شرکت داشتند. امسال این نمایشگاه با حضور بیش از ۴۰۰ شرکت دانش‌بنیان، استارت‌آپ، پارک‌های علم و فناوری و شتاب‌دهنده در مساحتی دو برابر سال گذشته برگزار شد. نمایشگاه امسال در سه بخش بازدید از غرقه‌ها، شرکت در رویدادها و فعالیت‌های جانبی برگزار شد. تقی‌پور در رابطه با رویدادهای نمایشگاه امسال تصریح می‌کند:

جنب‌وجوش استارت‌آپ‌های نوپا

بیشتر فضای نمایشگاه اینوتکس با توجه به رسالتی که برای معرفی ایده‌های

فناورانه و استارت‌آپ‌های نوپا دارد به جایگاه‌هایی برای ارائه محصولات این شرکت‌ها که بیشتر آنها را نرم‌افزارهایی تشکیل می‌دادند که در حوزه‌های مختلفی مانند خرید مواد پروتئینی تازه، خرید مستقیم محصولات طبیعی کشاورزان، بازار آنلاین خرید و فروش تولیدات داخلی، نرم‌افزار هوشمند سخنگو برای فوتبال دوست‌ها و همچنین نرم‌افزارهایی که بر مبنای واقعیت مجازی طراحی شده‌اند و برای سرگرمی، تور مجازی از مکان‌های تاریخی کشور یا استفاده‌های علمی طراحی شده بودند.

تول دانش‌بنیان ملات ساختمانی



ماسه یا سیمان و آب ندارد و چسبندگی و مقاومت آن چهار برابر نسبت به ملات‌های سنتی بیشتر است. علیرضا پهلولی، مخترع این ملات درباره مزایای استفاده از «ملات سبز پلی‌مورتکس» به جام‌جم می‌گوید: «این ملات دوستدار طبیعت برای دیوارچینی ساختمان طراحی شده‌است. در حال حاضر ملات‌های مختلف دیگری برای کاشیکاری و نصب کفپوش نیز از همین ملات مشتق کرده‌ایم. بنابراین مشتری به راحتی می‌تواند ملات مورد نیازش را به صورت آماده تهیه کرده و به این ترتیب سرعت پروژه نوسازی یا بازسازی به مراتب بالاتر خواهد رفت. از طرفی به دلیل سهولت کار با این ملات، تعداد نیروی انسانی مورد نیاز در پروژه کاهش خواهد یافت که در نتیجه موجب

برای آشنایی نوجوانان با فضای کسب‌وکارهای امروزی در نظر گرفته شد بود. همچنین چند فضای استراحت برای ایجاد ارتباط و تعامل بیشتر میان شرکت‌کنندگان تعبیه شد بود. از دیگر فعالیت‌های جانبی نمایشگاه می‌توان به کافه سرمایه اشاره کرد. در فراخوان نمایشگاه، افرادی که صاحبان ایده جدیدی بودند یا استارت‌آپ‌هایی که به دنبال سرمایه‌گذار مناسب برای توسعه کسب‌وکارشان بودند، می‌توانستند در وبگاه نمایشگاه درخواست خود را ثبت کنند و برای ارائه کسب‌وکارشان به سرمایه‌گذار آموزش ببینند. از طرف دیگر این درخواست‌ها پیش از نمایشگاه‌ها در اختیار سرمایه‌گذاران مشتاق قرار گرفت و به این ترتیب پل ارتباطی اولیه میان ایده‌پرداز یا استارت‌آپ و سرمایه‌گذار احتمالی برقرار شد. برای تعامل رو در رو میان این افراد غرفه‌ای با نام «کافه سرمایه» با فضایی مشابه کافه‌ها برای امکان نشستن و صحبت‌های جدی‌تر یا به اصطلاح برگزاری جلسات B2B در فضای نمایشگاه طراحی شده بود. همچنین اتاق‌هایی نیز برای برگزاری جلسات تجاری برای ایجاد ارتباط اولیه پس از بازدید شرکت‌کنندگان از غرفه‌ها در نمایشگاه تعبیه شده بود که در صورت نیاز بتوانند در محیط مناسبی دقایقی بنشینند و نحوه همکاری و تعاملشان را مشخص کنند.

از دیگر امکاناتی که به عنوان بخش جانبی نمایشگاه در نظر گرفته شده بود، اختصاص غرفه‌ای به منتورها یا همان مرئیان کسب‌وکار بود. شرکت‌کنندگانی می‌توانستند با مراجعه به این غرفه در قالب جلسات ۳۰ دقیقه‌ای از خدمات مشاوره‌ای این مرئیان برخوردار شوند. در حاشیه برگزاری این نمایشگاه، شش شرکت فناور و فعال در حوزه کسب‌وکارهای جدید بخش خصوصی نیز از فناوری‌های جدید خود رونمایی کردند. همچنین از روز سه‌شنبه اولین مجمع نوآوری آسیا و اقیانوسیه نیز در کنار نمایشگاه اینوتکس برگزار شد.

۱- **اعلام‌آمادگی برای توسعه فضای کسب‌وکارهای جدید**

در کنار استارت‌آپ‌های کوچک، صندوق‌های سرمایه‌گذاری مانند صندوق پژوهش و فناوری دانشگاه تهران، مرکز نوآوری بانک رفاه و شتاب‌دهنده‌های متعدد دولتی و خصوصی مانند شتاب‌دهنده‌های وابسته به بانک‌های خصوصی یا شتاب‌دهنده‌های خصوصی تخصصی در حوزه‌های مختلف فناوری، زیست‌فناوری، فین‌تک و ... نیز در نمایشگاه اینوتکس برای ایجاد بستر مناسب به‌منظور رشد کسب‌وکارهای داخلی نوپا حضور داشتند. باشگاه کسب‌وکار دانش‌بنیان باکس، یکی از مجموعه‌هایی است که با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، چند شرکت سرمایه‌گذار خصوصی و جمعی از فارغ‌التحصیلان و استادان دانشگاه

کشورهای توسعه‌یافته موفق به تولید نرم‌افزاری بر مبنای واقعیت مجازی و واقعیت افزوده برای شبیه‌سازی آموزش‌های مورد نیاز پزشکان و جراحان در مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی تهران شده‌اند. به گفته دکتر مجتبی عقیلی، عضو هیات علمی گروه طب اورژانس دانشگاه علوم پزشکی تهران، در حال حاضر این مجموعه تنها مجموعه داخلی است که در حوزه توسعه آموزش جراحی بر مبنای واقعیت مجازی در حال فعالیت است. وی درخصوص نحوه طراحی این نرم‌افزار به جام‌جم می‌گوید: کدنویسی‌های مورد نیاز برای طراحی این نرم‌افزار را متخصصان داخلی انجام داده‌اند و در مراحل تولید آن اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران مشارکت دارند. به همین دلیل مبنای آن مرجع‌های استاندارد علوم پزشکی است و از لحاظ علمی و آموزشی مورد تأیید استادان دانشگاه‌های علوم پزشکی است. وی در ادامه در خصوص مزیت این محصول نسبت به نمونه خارجی می‌افزاید، در حال حاضر قیمت تمام شده این محصول حداقل یک سوم تا یک چهارم نمونه‌های خارجی است. از طرفی با توجه به این که امکان کدنویسی آن را در اختیار داریم، می‌توانیم بر اساس نیاز و سفارش مشتری محصول مورد نظر را ارائه دهیم که این موضوع نیز برای مشتریان تا حد زیادی از لحاظ مالی مقرون به‌صرفه خواهد بود.

چنین فناوری‌هایی می‌تواند تا حد زیادی در افزایش مهارت دانشجویان پزشکی و پیراپزشکی موثر باشد. این عضو هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران تصریح می‌کند: این نرم‌افزار امکان تکرار عمل را برای کاربر فراهم می‌کند. همچنین می‌تواند عملکرد کاربر را نیز در حافظه خود نگهداری کند. به این ترتیب استادان می‌توانند از این دستگاه علاوه بر آموزش دانشجویان برای آزمون‌های پزشکی نیز استفاده کنند. همچنین امکان هشدار آنلاین به کاربر در صورت خطا در حین کار وجود دارد که می‌تواند خطای کاربر را گوش‌زد کرده و مهارتش را ارتقا ببخشد.

در حال حاضر این محصول در دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران، ایران، شاهرود و معاونت بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران در حال بهره‌برداری است. همچنین سفارش‌هایی برای نرم‌افزارهای خاص بر اساس نیاز گروه آموزشی متقاضی نیز در حال آماده‌سازی است. ۱

۱-

برای تعامل رو دررو میان این افراد غرقه‌ای با نام «کافه سرمایه» با فضایی مشابه کافه‌ها برای امکان نشستن و صحبت‌های جدی‌تر یا به اصطلاح برگزاری جلسات B2B در فضای نمایشگاه طراحی شده بود



نگین پشمی

دانش و سلامت

۱-

امسال نمایشگاه اینوتکس با حضور بیش از ۴۰۰ شرکت دانش‌بنیان، استارت‌آپ، پارک‌های علم و فناوری و شتاب‌دهنده در مساحتی دو برابر سال گذشته برگزار شد