در ارتقای امنیت غذایی سهیم شوید

با توجه به اهمیت ارتقای امنیت غذایی کشور، ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با همکاری وزارت جهاد کشاورزی از شرکت‌های دانش‌بنیان، فناور و خلاق دعوت کرده با شرکت در یک چالش، طرح‌ها و ایده‌های خلاقانه خود را برای ارتقای امنیت غذایی کشور مطرح کنند. علاقه‌مندان طرح‌های پیشنهادی خود را به نشانی الکترونیکی bioproducts@biodc.isti.ir ارسال کنند. / معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

تولید پهپاد هوشمند برای جنگل‌کاری

یک شرکت تجاری برای مقابله با نابودی جنگل‌ها، پهپادی تولید کرده که می‌تواند با کاشت بذر در نقاط مختلف به رویش دوباره درختان کمک کند. از این پهپادها می‌توان برای حمل درختچه‌های کوچک و مواد تغذیه‌ای موردنیاز آنها و انتقال این محموله‌ها به منطقه در نظر گرفته شده برای جنگل‌کاری نیز استفاده کرد. شرکت سازنده می‌گوید این روشی سریع، کم‌هزینه، بهینه و با دقت بالا برای احیای جنگل‌ها در مناطق مختلف دنیاست. / مهر

کارآفرینان بزرگ می‌گویند چشم‌پوشی از برخی نکات ساده آنها را در مسیر تصمیمات نادرست قرار می‌دهد

۷ پرتگاه تصمیم‌گیری

عسل اخویان طهرانی
دانش و سلامت

هیچ کارآفرینی وقتی صبح از خواب بیدار می‌شود با خودش نمی‌گوید امروز قرار است یک مشت تصمیم اشتباه و دردسرساز برای کسب‌وکارم بگیرم! برعکس همواره ما در تلاشیم تا مراقب باشیم اهمالی در کارمان صورت نگیرد و تصمیم اشتباهی را وارد مسیر کاری خود نکنیم. مراقبیم تا نادانی، تنبلی و اعتماد به نفس کاذب موجب شکل‌گیری تصمیمات اشتباه و انتخاب‌های نامناسب نشود. حتی اگر کمی زیرک‌تر باشیم و با تعصبات ذهنی که می‌تواند روی عملکرد مغز انسان اثرگذار باشد، آشنایی داشته باشیم به این موارد هم توجه می‌کنیم که تصمیمات‌مان تا جای ممکن دور از اشتباه و خطا باشد. با این همه دقت پس چرا همچنان گاهی در مسیر کسب‌وکارمان دچار تصمیم‌گیری‌های نادرست می‌شویم؟ پاسخ این سؤال به گستردگی تعداد همه اشتباه‌های انسانی می‌تواند وسیع باشد. اما به عقیده کارشناسان کسب‌وکار در این میان برخی علت‌ها تکرار بیشتری در شکل‌گیری تصمیمات اشتباه در میان کارآفرینان دارد. در ادامه هفت علت اصلی که بر اساس بررسی‌های انجام‌شده بعد از دو علت عمده تصمیم‌گیری‌های اشتباه یعنی «طمع» و «ترس از شکست» بیشترین تکرار را در بروز تصمیم‌های اشتباه در میان کارآفرینان داشته‌اند، بررسی می‌کنیم. شاید شناختن این هفت علت، احتمال افتادن ما را در دام‌های بعدی کاهش دهد.

۱ گرایش‌های شخصی

همان‌گونه که همیشه در تصمیم‌های اعضای احزاب سیاسی سایه تفکرات حزبی قابل‌ردیابی است، همه ما گاهی در تصمیم‌هایمان تحت تأثیر گرایش‌ها (و البته نه‌فقط گرایش‌های سیاسی) قرار می‌گیریم. این‌که اهل کدام شهر هستید، رشته تحصیلی‌تان چه بوده، در چه گروه‌های اجتماعی حضور دارید، در چه صنعتی فعالیت دارید، چه طرز فکر اقتصادی دارید و ... ناخودآگاه بر جهت‌گیری‌هایتان هنگام تصمیم‌گیری‌های کاری اثرگذار خواهد بود.
ما از احساس تعلقاتی که به گروهی از افراد متصل‌مان می‌کند خوشمان می‌آید. اما باید بدانیم این قبیله‌گرایی‌ها در کنار همه حس تعلق و حمایتی که در درونمان ایجاد می‌کند، قوانین، باورها و ایده‌هایی را برایمان دیکته می‌کند که گاهی می‌تواند برای پیشرفت اهداف کسب‌وکاری ما نه‌تنها مناسب نباشد، بلکه به آن آسیب برساند. بنابراین هنگام تصمیم‌گیری‌ها سعی کنید نگاه جانبدارانه‌ای نداشته باشید.

۲ مشوق‌های نادرست

شاید فکر کنید اعتقادات و باورهای درونی همواره ما را از قدم گذاشتن در مسیر اشتباه و خطا بر حذر می‌دارد. اما واقعیت این است که همه ما ممکن است در برخی شرایط دچار لغزش‌هایی شویم. بنابراین ممکن است گاهی به دلیل برخی عواید، عواقب تصمیمات خود را فراموش کنیم یا حتی آنها را دست‌کم بگیریم و دست به اقدامات نادرستی بزنیم. پیش از این که تحت تأثیر عوایدی که ممکن است برایتان به وجود بیاید تصمیم‌گیری کنید، بکوشید همه جوانب دیگر تصمیم‌تان را به درستی بسنجید تا از لغزش‌های احتمالی پیشگیری کنید.

۳ تجمع خطاهای کوچک

قطعا به‌عنوان یک کارآفرین توجه ویژه‌ای برای پیشگیری از بروز اشتباهات غیرقابل‌جبران و مهلک در نظر دارید. یادمان باشد که گاهی توجه زیاد به خطاهای بزرگ مانع دیدن خطاهای کوچک یا نادیده‌گرفتن‌شان خواهد شد. شاید حس کنید ارتکاب برخی اشتباه‌های کوچک در حین کار اجتناب‌ناپذیر هستند، اما همین اشتباه‌ها چنانچه ادامه یابد، می‌تواند به توده‌ای بزرگ از مشکلات تبدیل شود که حل‌وفصلشان به‌آسانی امکان‌پذیر نیست؛ توده عظیمی که می‌تواند فضای کسب‌وکارتان را به‌شدت تحت تأثیر قرار دهد و مسموم کند. بنابراین گرچه نمی‌شود به مشکلات فراتر از اهمیت‌شان بها داد، نباید آنها را به‌صورت کامل نیز نادیده گرفت. هر یک از این خطاهای کوچک به‌تنهایی اثر چندانی بر کسب‌وکارتان نخواهد داشت، اما اگر تکرار شوند، می‌توانند زمینه‌ساز فروریختن شهرت و آوازه کسب‌وکارتان شوند.

۴ دست‌کم گرفتن عادت‌ها

جمله‌ای به درست یا غلط از مارک تواین، نویسنده معروف آمریکایی نقل می‌شود که «تاریخ تکرار نمی‌شود، بلکه نوای آن ادامه می‌یابد». منظور از این عبارت این است که طبیعت ما انسان‌ها همواره ثابت است. به همین علت شرایط مشابه و مشکلات یکسانی را بارها در زندگی خود رقم می‌زنیم و تکرارشان می‌کنیم. علت موضوع این است که انسان به هر شرایطی عادت و تلاش می‌کند شرایط را بدون تغییر بر اساس عادت‌هایش حفظ کند. کارشناسان معتقدند بیشتر کارآفرینان به این موضوع توجه کافی ندارند و ناخودآگاه در تلاش برای بقای فضای امن عادت‌هایشان هستند. درحالی‌که این موضوع در تضاد کامل با تغییرات سریع در دنیای کسب‌وکار امروزی است که هرروز شاهد تغییرات بزرگ است و اگر فردی نتواند با این جریان تغییرات هم مسیر شود، خیلی زود از مسیر مسابقه کنار خواهد رفت. هیچ‌چیز بسیار خوبی برای همیشه ماندگار نیست. اگر امروز بهترین تولیدکننده هستید، خیلی زود رقبا رمز موفقیت‌تان را پیدا می‌کنند و اگر نخواهید تغییرات جدیدی را وارد مسیر کسب‌وکار کنید و به راه قدیم ادامه دهید، از آنها جا خواهید ماند. پس کمی جسورانه‌تر تصمیم بگیرید.

۵ تحت‌تأثیر افراد نامناسب بودن

گرفتن مشورت و راهکار از افرادی با اهداف، ایده‌ها، توانایی‌ها و خواسته‌های بسیار متفاوت از خطی مشی‌تان می‌تواند یکی از سریع‌ترین مسیرها برای از بین رفتن کسب‌وکارتان با تصمیمات اشتباه باشد. اما این موضوع در میان کارآفرینان بسیار شایع است. مردم به دنبال مشورت یا گرفتن کلید طلایی از افراد بسیار موفقی هستند که تحت تأثیرشان قرارگرفته‌اند. اما پیش از آن‌که در راهکارها و مشورت‌های فردی غرق شوید یا برعکس در برابرش جبهه بگیرید، ابتدا بررسی کنید که آیا آن فرد اصلا در همان زمین‌بازی که شما در حال رقابت هستید بازی می‌کند؟ موفق بودن فرد به‌تنهایی نمی‌تواند ملاک خوبی برای این باشد که او را به بتی برای اتخاذ تصمیم‌ها و مسیرهای پیشبرد کسب‌وکارتان تبدیل کنید.

۶ نداشتن شناخت کافی از ناشناخته‌ها

بسیاری از مشکلات به دنبال ناشناخته باقی گذاشتن ناشناخته‌ها ایجاد می‌شوند. اگر به‌جای تحقیق و افزایش اطلاعات در خصوص ناشناخته‌ها، فقط آنها را نادیده بگیرید، عاقبت خوش‌تری از لشکر ناپلئون در رویارویی با سرمای استخوان‌سوز روسیه در انتظار کسب‌وکارتان نخواهد بود. اطلاعات ناکافی می‌تواند به اتخاذ تصمیم‌های غیر واقع‌بینانه و نادرست در بزنگاه‌های مهم و حیاتی منجر شود.
همواره پیش از هر تصمیمی به دنبال کسب اطلاعات بیشتر و سنجیدن جنبه‌های گوناگون هر اقدام باشید تا تصمیم‌تان بر مبنای آگاهی باشد، نه خرده اطلاعات موجود.

۷ کپی‌برداری چشم‌بسته

«تیم کوک، مدیرعامل کنونی شرکت اپل هرروز ساعت ۴ صبح از خواب بیدار می‌شود. بنابراین اگر بخواهید کارآفرین موفقی در سطح جهانی شوید شما نیز باید هرروز آفتاب‌نزده بیدارباشید.» این عبارت درست است؟ نه واقعا! گرچه شما این سحرخیز بودن را به‌عنوان کلید اصلی موفقیت تیم کوک در نظر می‌گیرید، ولی شاید این ویژگی کمترین دخالت را در موفقیت او در دنیای کسب‌وکار داشته باشد.
خیلی وقت‌ها وقتی شما از فردی آدرس می‌پرسید، ممکن است نشانی متفاوتی نسبت به آدرسی که خودش برای رسیدن به آن مقصد استفاده می‌کند در اختیارتان قرار دهد. از سوی دیگر مردم همیشه به دنبال شنیدن داستان‌های ساده و مشخص با علت و معلول‌های شفاف و سرراست از اسطوره‌ها و چهره‌های شناخته‌شده هستند. بنابراین خیلی طبیعی است که داستان واقعی و شرایط پیچیده‌ای که این افراد در مسیر موفقیت‌شان با آن روبه‌رو شده‌اند و نحوه برخوردشان با این شرایط پیچیده که علت اصلی موفقیت آنها در سطح جهانی شده است، هیچ‌وقت به گوش ما نرسد. از طرفی ازآنجاکه توانمندی‌ها، ویژگی‌ها و روحیات هر فرد منحصر به خود اوست، هیچ‌وقت نسخه فرد دیگر نمی‌تواند منجر به کسب نتیجه‌ای مشابه برای فرد دیگری شود. به همین سبب کپی‌برداری چشم و گوش بسته از زندگی افراد موفق نه‌تنها نمی‌تواند منجر به موفقیت چشمگیرتان در مسیر کارآفرینی شود، بلکه حتی می‌تواند شمارا به مسیر کاملا اشتباهی هدایت کند. اما به این معنا نیست که از آموختن دست بکشید؛ همواره به دنبال آموختن باشید و سعی کنید گلچینی از نکات خوب و آموزه‌های مفید را که با شرایط شما همخوانی دارد به سبک‌کاری وزندگی‌تان اضافه کنید.

> گرفتن مشورت و راهکار از افرادی با اهداف، ایده‌ها توانایی‌ها و خواسته‌های بسیار متفاوت از خطی مشی‌تان می‌تواند از سریع‌ترین مسیرها برای از بین رفتن کسب‌وکارتان باتصمیمات اشتباه باشد

> کپی‌برداری چشم و گوش بسته از زندگی افراد موفق نه‌تنها نمی‌تواند به موفقیت چشمگیرتان در مسیر کارآفرینی منجر شود، بلکه حتی می‌تواند شمارا به مسیر کاملا اشتباهی هدایت کند

صادرات رادیاتورهای ایرانی حاوی ذرات نانو به ۳ کشور همسایه

یک شرکت فناور ایرانی موفق به صادرات رادیاتور به کشورهای عراق، آذربایجان و افغانستان شده است. به دلیل کارایی بالای این رادیاتورها در انتقال انرژی و به حداقل رساندن اتلاف انرژی، این محصولات در کشورهای همسایه جذابیت زیادی پیدا کرده است.
به گزارش جام جم از ستاد ویژه توسعه فناوری نانو، این مجموعه از نانو پوشش زیرکونیومی، برای تولید رادیاتورهای خود استفاده می‌کند. محمدرضا مهرابی، مدیر کنترل کیفی و مهندسی این شرکت می‌گوید: «به دلیل استفاده از این نانو پوشش امکان استفاده از رنگ‌های لایه‌نازک روی رادیاتورها فراهم می‌شود و ازاین‌رو انتقال حرارتی در رادیاتورهای گروه تولیدی صنعتی تاش رادیاتور با کارایی بالا صورت می‌گیرد. این موضوع برای کشورهایی که قیمت انرژی در آنها بالاست، اهمیت بسیار زیادی دارد. در افغانستان که از زغال‌سنگ برای تولید انرژی استفاده می‌شود و موضوع کاهش مصرف انرژی خیلی حیاتی است، این رادیاتورها بازار بسیار خوبی پیدا کرده است. همچنین صادرات به کشور آذربایجان نیز از آذر سال گذشته آغاز شده است.
وی می‌افزاید: «از این رادیاتورها دریکی از شهرک‌های تازه تأسیس در اربیل عراق نیز استفاده شده است. گروه تولیدی ما در مناقصه مربوط به طرح این شهرک‌سازی شرکت کرده و درحالی‌که رقبایی از کشورهای مختلف نظیر ترکیه در این مناقصه حضور داشتند، ما برنده این طرح شدیم.»
مهندس مهرابی می‌افزاید: « در حال حاضر روزانه ۲۵۰۰ متر رادیاتور تولید می‌کنیم که نسبت به سال گذشته افزایش ظرفیت داشته‌ایم. از آذر سال گذشته نیز نرخ فروش شرکت افزایش پیدا کرده و این رادیاتورها از اقبال بیشتری در بازار برخوردار شده است.»
تا سال ۹۷ از پوشش‌های یک شرکت آلمانی در تولید رادیاتورها استفاده می‌شد، اما به دلیل ناکارآمدی این پوشش‌ها برای شرایط اقلیمی ایران، این گروه تولیدی ضمن همکاری با دیگر مجموعه‌های داخلی نسبت به رفع این مشکل اقدام کرد و نانو پوشش زیرکونیومی توسعه‌یافته در خط این شرکت به کار گرفته شد.
این پوشش ضخامت کمتری نسبت به رقیب آلمانی خود دارد و به همین دلیل انتقال حرارت در رادیاتور با کارایی بالاتری انجام می‌شود. رنگ‌های مورداستفاده در رادیاتورها در پایه اپوکسی بوده که خود نوعی عایق به شمار می‌رود. بنابراین کاهش ضخامت رنگ و زیرلایه می‌تواند به افزایش ضریب انتقال حرارت کمک کند و کارایی رادیاتور را افزایش دهد. در حال حاضر این شرکت از تین کوت (thin coat) برای پوشش دهی سطح رادیاتورها استفاده می‌کند.
پیش از استفاده از این نانو پوشش زیرکونیوم تولید داخل، رادیاتورهای تولیدشده در این مجموعه ازنظر اتلاف انرژی در رده C دسته‌بندی می‌شد، اما با استفاده از این فناوری و با کاهش ضخامت پوشش و رنگ روی رادیاتور، محصولات این شرک موفق به دریافت رتبه B در اتلاف انرژی شد که دستاورد بزرگی در حوزه ساخت رادیاتور است.

در مسیر موفقیت

نوپاهای برتر در دوران همه‌گیری کرونا

نگین یشمی
جام جم

ویروس کرونا تغییرات زیادی در زندگی روزمره همه افراد در سراسر دنیا ایجاد کرده است. محدودیت‌های جدیدی که گسترش ویروس کرونا به‌وجود آورده باعث شده است بعضی از کسب‌وکارها رشد چشمگیری را تجربه کنند. این رشد به‌واسطه پاسخ مناسب این شرکت‌های نوپا به نیاز کاربران در دوران کرونا به‌وجود آمده است. پاسخ سریع و دوستانه به نیاز کاربران سبب شده است که رشد غیرمعمولی برای این کسب‌وکارها رقم بخورد. در ادامه به معرفی پنج شرکت نوپای برتر در دوران کرونا در انگلستان از نگاه پایگاه اینترنتی تک‌راند (به نشانی techround.co.uk) می‌پردازیم:

زوم: شرکت نوپایی است که خدمات ویدئوکنفرانس ارائه می‌دهد و در زمان فاصله‌گذاری اجتماعی توانسته رکورد جدیدی از استفاده کاربران را ثبت کند. روزانه میلیون‌ها کاربر در سراسر دنیا از این خدمت برای انجام کارهای خود یا شرکت در جلسات و گردهمایی‌ها استفاده می‌کنند. از زوم می‌توان برای هر نوع تماس تصویری استفاده کرد و در کنار برقراری تماس، امکانات دیگری را برای استفاده ساده‌تر در اختیار گرفت. پیش از کرونا تعداد تماس‌های زوم در یك روز حدود ۱۰ میلیون بود اما اکنون به روزی ۲۰۰ میلیون تماس رسیده است.

بابیلون: یك شرکت نوپا در حوزه پزشکی است که با کمك هوش مصنوعی به کاربران خدمات مشاوره پزشکی می‌دهد. این محصول به بسیاری از کاربران کمك کرده تا به‌جای مراجعه حضوری، از مشاوره هوشمند بهره بگیرند. بنیانگذار این مجموعه، دکتر علی پارسا اشاره می‌کند که این محصول به‌دلیل سادگی استفاده و ارتباط خوبی که کاربران با آن برقرار می‌کنند مورد اقبال قرار گرفته است. پیش از کرونا روزانه حدود ۳۰۰۰ مشاوره در این محصول انجام می‌شده اما این آمار اکنون به روزی ۲۵۰ هزار مشاوره رسیده است.

گوستو: شرکت خدمات بسته‌بندی مواد غذایی است که در دوران کرونا ۲۸ درصد رشد داشته است. با توجه به محدودیت‌های رفتن به رستوران و کافه‌ها، بسیاری از مردم تمایل دارند مواد غذایی را در خانه صرف کنند. گوستو برای بسته‌بندی بهداشتی و تحویل بسته‌ها به کاربران کمك می‌کند. همچنین گوستو به دولت انگلستان برای رساندن غذا به اقشار کم‌درآمد کمك کرده است.

اکو: یك سرویس خدمات سلامت است که به بیماران برای تهیه دارو کمك می‌کند. با توجه به محدودیت‌های رفت‌وآمد در دوران کرونا، اکو شرایط تهیه دارو به صورت اینترنتی و بدون نیاز به خارج شدن از خانه را ارائه می‌دهد. همچنین خدماتی مثل یادآوری تمام‌شدن دارو یا اعلان مشکلات ویژه را فراهم کرده است.

هوپین: یك پلتفرم اینترنتی شرکت در کنفرانس و ملاقات‌های عمومی است که می‌تواند تا ۱۰۰ هزار نفر را میزبانی کند. این محصول امکان ایجاد، برگزاری، مدیریت و میزبانی رویدادهای مختلف را فراهم کرده و هدفش ایجاد فضایی مانند رویدادهای واقعی است. هوپین تلاش می‌کند شرایطی شبیه به ملاقات‌های حضوری را فراهم کند تا افراد بتوانند تعامل خوبی را با یکدیگر تجربه کنند.