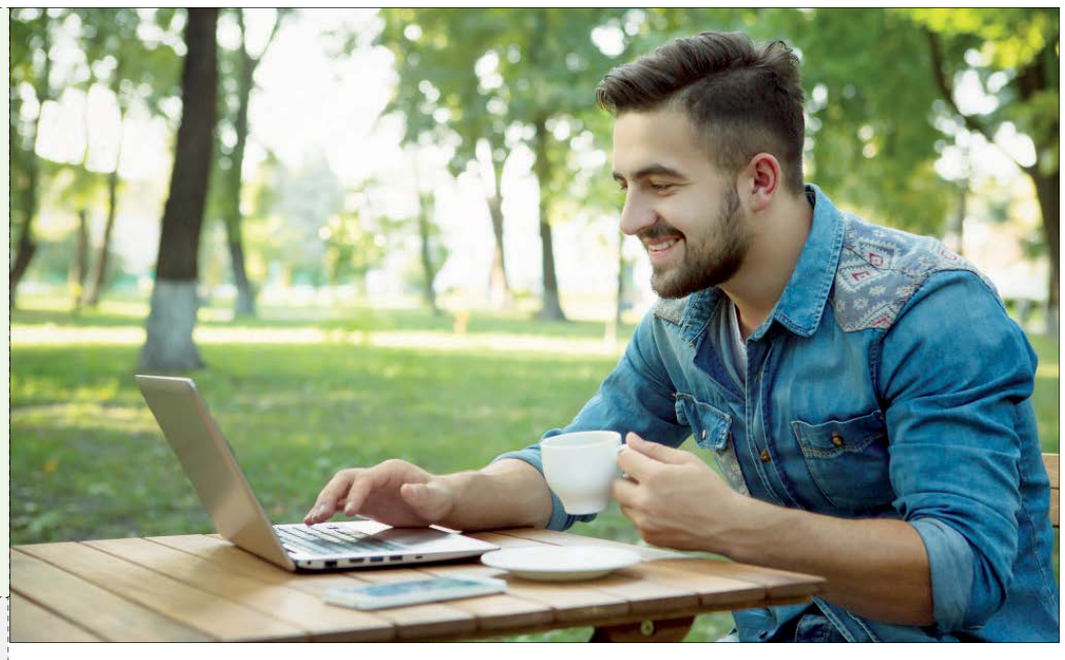
ستاری: دانش‌بنیان‌ها برنده کارزار با اقتصاد سنتی هستند

معاون علمی و فناوری رئیس جمهور در سفر اخیر خود به لرستان گفت: بخش سنتی اقتصاد در رویارویی با دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها قطعا میدان را واگذار می‌کند و به‌جای مقابله و مبارزه، باید به دنبال سرمایه‌گذاری و حمایت از این کسب‌وکارها و ایده‌های خلاقانه بنیانگذاران کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپی برود./ معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

اتاق‌های ویزیت از راه دور ساخته شد

گرچه دسترسی اینترنتی به پزشکان مدتی است ممکن شده، اما تشخیص دقیق پزشکی از راه دور ممکن نیست. طراحی یك اتاق ویزیت پیشرفته می‌تواند این مشکل را تاحدودی برطرف کند. اتاق پزشکی طراحی شده به این منظور آن‌مِد (OnMed) نام دارد و به چند دوربین فوق دقیق و حسگرهای متعددی برای ارزیابی و بررسی شرایط بیمار مجهز است. در این اتاق‌ها برخی از انواع داروها نیز وجود دارد که در صورت تجویز پزشکان قابل دسترس است. / مهر



آنهایی بخوانند که در فکر راه‌اندازی کسب‌وکار تازه در سال جدید هستند

سال نو، کسب‌وکار نوین

عسل اخویان طهرانی
دانش و سلامت

معمولا یکی از دعاها و آرزوهایی که همه ما در لحظات تحویل سال داریم، به رونق اوضاع کاری خود و اطرافیانمان در سال جدید مربوط است. این آرزو می‌تواند به پیداکردن کار جدید، ارتقای شغلی یا حتی راه انداختن کسب‌وکاری تازه برای خودمان باشد. بر همین اساس، در واپسین روزهای سال ۹۷ با امید به سالی پر برکت، راهکارهایی را برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید در سال پیش رو مورد بررسی قرار می‌دهیم.

دانستن مواردی که در ادامه به آن خواهیم پرداخت، چه بخواهید در سال جدید آزادکار (Freelancer) شوید، یا بخواهید ایده استارت‌آپی خود را عملی کنید، به شما کمك خواهد کرد. پس وقت را تلف نکنید و از همین حالا به فکر شکل‌دادن ایده‌های کسب‌وکاری خود باشید.

منبع: The Muse

۱ مشخص کنید دقیقا چه کاری می‌خواهید انجام دهیدو در موردش صحبت کنید

اگر در فکر راه‌اندازی کسب‌وکار جدیدی هستید حتما یك یا چند ایده برای کاری که می‌خواهید انجام دهید در ذهنتان دارید. الان زمان صحبت کردن در مورد این ایده‌هاست. زمانی که با دیگران در مورد ایده‌های خود صحبت می‌کنید سه مزیت به همراه خواهد کرد: اول باید بتوانید ایده خود را به خوبی در قالب کلمات بیان کنید. هرچه بیشتر در این زمینه تمرین کنید، بهتر و کامل‌تر منظور و ایده خود را به اطرافیانتان انتقال خواهید داد. در بهترین حالت باید بتوانید ایده خود را به صورت واضح و مشخص در ۳۰ ثانیه یا حتی یك جمله توضیح دهید. وقتی شرح ایده‌تان را با خودتان بلند بلند تمرین می‌کنید، اشکالات خود را پیدا می‌کنید و خیلی بهتر و دقیق‌تر آن را برای دیگران مطرح خواهید کرد.

مورد دوم این است که وقتی ایده خود را مطرح می‌کنید می‌توانید عکس‌العمل و نظر دیگران را بررسی کنید. آیا مخاطبانتان به خوبی ایده شما را درك کرده‌اند؟ چه قسمت‌هایی از طرحی که دارید برای دیگران جالب و هیجان‌انگیز است؟

سومین مزیت مطرح کردن ایده این است که شما را مجبور به گسترش ارتباطاتتان می‌کند؛ چیزی که خود از مسائل سخت و بسیار مهم برای کارآفرینان است. در این زمان حتما با کارآفرینان دیگر، مشاوران کسب‌وکار، افراد متخصص در حوزه کسب‌وکاری که می‌خواهید به راه بیندازید و همه کسانی که می‌توانند به موفقیتتان کمك کنند نیز ملاقات کنید. پس در رویدادهای کسب‌وکاری و استارت‌آپی شرکت کرده، با افراد ارتباط برقرار کرده و شروع به صحبت کنید!

۲ قدم به قدم پیش بروید

نمی‌توانید در عرض یك روز هم از کار فعلی‌تان بیرون بیایید، هم کسب‌وکار خود را به راه بیندازید و هم مشتری‌های اول خود را پیدا کنید! اگر چنین تصوری دارید، به محض شروع‌کار متوجه می‌شوید که اوضاع به این سادگی که فکر می‌کردید نیست. به یکباره رها کردن شغل قبلی با مسائلی همراه خواهد بود که بر اساس شرایط شخصی و اقتصادی‌تان ممکن است از پس آن بر بیایید یا نیایید.

اگر می‌خواهید مجموعه خود را در سالی که پیش رو دارید راه‌اندازی کنید بهتر است قدم به قدم پیش بروید. ابتدا قدم کوچکی در هفته اول بردارید، سپس در هفته بعدی قدمی دیگر و به همین ترتیب جلو بروید. این قدم کوچك می‌تواند شامل ارتباط برقرار کردن با فرد شاخصی در حوزه کاری‌تان، طراحی اولیه کسب‌وکارتان یا سفارش کار به چند کارمند آزادکار باشد. به این ترتیب می‌توانید آهسته آهسته وارد جریان کسب‌وکار جدیدتان شوید بدون این که نیاز باشد به یکباره کار فعلی خود را رها کنید.

۳ گروه راه‌اندازی کسب‌وکارتان را مشخص کنید

پیش از آن که به‌شدت در فضای کارآفرینی غرق شوید باید به طور جدی به گروه کاری خود فکر کنید. آیا می‌خواهید آن را به تنهایی راه‌اندازی کنید؟ در مورد برخی کسب‌وکارها مانند طراحی داخلی فضاها یا نویسندگی به صورت آزادکار خیلی منطقی است که بخواهید به تنهایی کار کنید. اما در مورد کارهای دیگر مانند راه‌اندازی استارت‌آپ‌های فناورانه معمولا بهتر است که با شراکت یك یا دو نفر دیگر وارد دنیای کسب‌وکار شوید.

مقالات و کتاب‌های زیادی در رابطه با انتخاب شریك کاری مناسب منتشر شده است؛ حتی مقاله هفته پیش صفحه کسب‌وکار روزنامه جام‌جم نیز به همین موضوع اختصاص داشت. علت این توجه زیاد، اهمیت بالای این موضوع است. شراکت حتی به نوعی مهم‌ترین بخش راه‌اندازی کسب‌وکار به شمار می‌آید. برای انتخاب شریك مناسب حتما دقت کنید که دوست‌های خوب یا اعضای خانواده لزوما شریك‌های کاری خوبی نیستند. بهترین شریك کاری کسی است که بتواند مجموعه‌ای از توانمندی‌ها و مهارت‌هایی را که شما ندارید، به مجموعه اضافه کند. بنابراین در مورد انتخاب شریکتان بسیار دقت کنید و به هیچ‌عنوان شتاب‌زده عمل نکنید.

۴ مراحل اداری راه‌اندازی کسب‌وکار را طی کنید

مسلما هیچ‌کس به خاطر علاقه زیاد به پر کردن فرم‌های اداری تصمیم به راه‌اندازی کسب‌وکاری برای خودش نمی‌گیرد. اگر با انجام کارهای اداری مشکل دارید، بهتر است سراغ وکیل رسمی برای انجام کارهای قانونی راه‌اندازی کسب‌وکارتان بروید؛ زیرا هرچه این مرحله را به تعویق بیندازید چیزی تغییر نخواهد کرد، فقط ممکن است اگر این مراحل را در همان ابتدای کار به ترتیب طی نکنید، خود را در معرض دردسرهای بی‌موردی قرار دهید.

اگر دارای شرکای کاری باشید، چنانچه همه‌چیز را قانونی و مکتوب پیش نبرید خود را در معرض اختلافات آتی بر سر سود و زیان شرکت قرار خواهید داد. اگر حتی پای شراکت هم در میان نباشد، در صورتی که کسب‌وکارتان را به صورت قانونی ثبت نکنید، ممکن است بعدا بر اثر مشکلات کاری با کارمندانتان برای حق‌الزحمه و بیمه و سایر مزایای خود از شما شکایت کنند و دچار مشکلات زیادی برای راه‌اندازی غیرقانونی کار شوید.

بنابراین هر طور که بخواهید به ماجرا نگاه کنید، انجام مراحل اداری باید حتما طی شود و راه فراری ندارد. اگر مشکل مالی برای پرداخت هزینه‌های وکیل رسمی دارید، از اطرافیانتان اطلاعاتی در مورد وکیل‌هایی بگیرید که وکالت شرکت‌های نوپا را به عهده می‌گیرند. این افراد معمولا برای دریافت دستمزد خود بر اساس شرایط مراجعه‌کننده روش‌های مختلفی دارند.

۵ اولین نمونه واقعی محصول‌تان را تولید کنید

تا اینجا با مراحلی که باید پیش از راه‌اندازی کسب‌وکار انجام دهید آشنا شدید. در دنیای کسب‌وکار اصطلاحی به نام «کمینه محصول پذیرفتنی» Minimum Viable Product یا به اختصار (MVP) وجود دارد که به معنی ساده‌ترین و ابتدایی‌ترین حالت محصول است که ویژگی‌های اضافه و انتخابی روی آن اضافه نشده است. در اولین زمان ممکن این نمونه اولیه محصول را بسازید و آن را معرفی کنید (حتی اگر هنوز از کار قبلی خود بیرون نیامده باشید.)

حقیقت این است که هر چقدر فکر و تحقیقات بازار برای نوشتن طرح کسب‌وکارتان (در شماره‌های پیشین صفحه کسب‌وکار روزنامه جام‌جم نحوه آماده‌سازی طرح کسب‌وکار آموزش داده شده است) یا ساختن نمونه‌های الگوی اولیه صرف کرده‌اید؛ تا زمانی که محصول خود را برای فروش ارائه نکنید به صورت قطعی متوجه نمی‌شوید مردم چقدر از محصولتان استقبال خواهند کرد. بازخوردی که از مردم در مورد نمونه اولیه خود دریافت می‌کنید به شما کمك خواهد کرد که هر چه بهتر مسیر پیش روی کسب‌وکارتان را ترسیم کنید و با قدم‌های محکم‌تری وارد بازار شوید.

یکی دیگر از مواردی که در این مرحله باید به آن توجه کنید، مشخص کردن مشتریان هدف است. زمانی که در حال ساخت نمونه اولیه هستید از خودتان بپرسید چه گروهی از افراد به استفاده از این محصول تمایل دارند؟ آیا ویژگی‌هایی که فراهم کرده‌اید یا خدماتی که ارائه می‌دهید متناسب با نیازهای مخاطبان هدف طراحی شده است؟ بنابراین باید ابتدا مشتریان هدف خود را مشخص کنید و سپس برای به دست آوردن این گروه و جلب نظرشان برنامه‌ریزی کنید. سعی کنید ویژگی‌هایی در محصول خود ایجاد کنید که برای مخاطب هدف بسیار جالب و خاص باشد. حالا نوبت دریافت بازخوردها و نظرات مشتریان است.

> ابتدا مشتریان هدف خود را مشخص کنید و سپس برای به دست آوردن این گروه و جلب نظرشان برنامه‌ریزی کنید. سعی کنید ویژگی‌هایی در محصول خود ایجاد کنید که برای مخاطب هدف بسیار جالب و خاص باشد. حالا نوبت دریافت بازخوردها و نظرات مشتریان است

۶ طرح کسب‌وکار و برنامه مالی خود را مشخص کنید

آخر قرار گرفتن این مورد به این معنا نیست که شما باید در آخرین مرحله به فکر طرح کسب‌وکار و برنامه‌ریزی مالی باشید. هر دوی این موارد اهمیت ویژه‌ای دارند، بنابراین باید از قدم اول به فکرشان باشید. اما در اصل تا زمانی که نمونه محصولی قابل ارزیابی نداشته باشید و به صورت واقعی آن را آزمایش و بررسی نکرده باشید، طرح کسب‌وکار مانند نشانه‌گیری در تاریکی خواهد بود. به همین خاطر باید حتما در طول این مسیر به طور مداوم آن را به‌روزرسانی کنید. بر این اساس از همان ابتدا ایده‌ای که برای کسب‌وکارتان دارید را در قالب طرح کسب‌وکار پیاده‌سازی کنید. همچنین به محض شکل‌گرفتن ایده به فکر تامین هزینه‌های مالی مورد نیاز و حتی تامین مخارج شخصیتان تا زمانی که کسب‌وکارتان رونق بگیرد، باشید. سپس زمانی که نمونه آزمایشی محصولتان را ساختید و بازخوردهای جامعه را در مورد آن دریافت کردید و تغییرات مورد نیاز را پیدا کردید، مجددا طرح کسب‌وکار را بازنویسی و اصلاح کنید. همچنین اگر در این مرحله به این نتیجه رسیدید که برای تامین مخارج نیاز به دریافت وام بانکی، سرمایه‌گذاری افراد غیر یا هر نوع دیگری از جذب سرمایه را دارید، به‌سرعت برای آن برنامه‌ریزی و اقدام کنید.

دانش‌بنیان

دانش‌بنیان‌شدن شرکت‌ها چه مزایایی دارد؟

آریا طاهری
دانش

برند دانش‌بنیان برای ایجاد تسهیلات ویژه مادی و معنوی شکل گرفته است. شرکت‌هایی که پس از گذراندن مراحل مربوط با این نام شناخته می‌شوند، می‌توانند برای تولید و رشد از این امکانات بهره ببرند.

گام نخست شکل‌گیری بسیاری از ایده‌ها، استارت‌آپ‌هایی است که در دانشگاه‌ها و مراکز علمی ایجاد می‌شوند که خود نوعی حمایت دولتی است. از طرفی زمانی که این استارت‌آپ‌ها به شرکت‌های دانش‌بنیان تبدیل می‌شوند برای تولید و تجاری‌سازی محصول خود می‌توانند در دوره‌های مخصوصی که در پارك‌های علم و فناوری یا از طریق سایر مراکز ارائه می‌شود شرکت کنند، زیرا معمولا شرکت‌های دانش‌بنیان را افرادی ایجاد می‌کنند که در حوزه تحصیل و پژوهش خود متخصص هستند و درك عمیقی از شرایط بازار و فروش و مسائل مالی ندارند.

حال که یك شرکت دانش‌بنیان پا گرفته و به محصول و فروش رسیده، وقت حمایت‌های دیگری است. آنها در خصوص درآمد ناشی از فروش کالا و خدمات دانش‌بنیان مشمول معافیت مالیاتی هستند، ضمن این‌که این نوع شرکت‌ها در خصوص سایر بسته محصولات خود نیز مشاوره مالیاتی دریافت می‌کنند تا روند مالی شرکت تاثیر منفی بر تولیدات دانش‌بنیان نداشته باشد. گاهی هم شرکت‌های دانش‌بنیان برای فعالیت‌هایشان نیاز به واردات ماشین‌آلات خاص، تجهیزات آزمایشگاهی دقیق و به‌روز و کالاهایی با هدف مهندسی معکوس دارند که بر این اساس نیز از معافیت از حقوق گمرکی، عوارضی و سود بازرگانی بهره می‌گیرند.

اما باز هم ممکن است نخبگان ما اطلاعاتی در خصوص روند امور گمرکی نداشته باشند که باید گفت در این خصوص مشاوره رایگان دریافت می‌کنند. سازمان صداوسیما نیز در راستای حمایت از کالای ایرانی، برای تبلیغات کالاها و خدمات دانش‌بنیان در رادیو، تلویزیون سراسری و شبکه‌های استانی ۲۰۰ درصد اضافه پخش تشویقی در نظر گرفته است. این شرکت‌ها برای حضور مستقل در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی تسهیلات دریافت می‌کنند. کلی تسهیلات دیگر هم شامل حال شرکت‌های دانش‌بنیان می‌شود؛ لذا می‌توان گفت ابر و باد و مه و خورشید و فلك در کارند تا دانش‌بنیانی شَوی و به باطل نروی!

در مسیر موفقیت

پیشنهاد ما برای تعطیلات نوروز

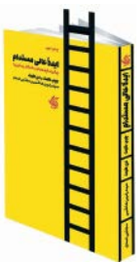
برای راه‌اندازی محصول اینها را بخوانید

نگین یشمی
جام‌جم

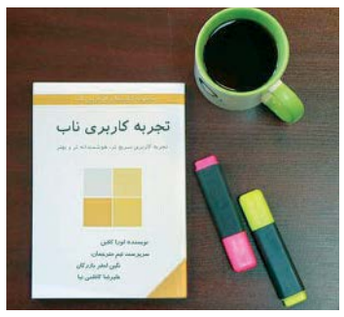
یك کسب‌وکار همواره محصول یا خدماتی را به کاربران ارائه می‌کند و مسیر تعاملی خود را با کمك آنها می‌سازد. هر چقدر محصول با کاربر انطباق بیشتری داشته باشد و نیازهای بیشتری را به شکل مطلوب‌تری پاسخ بگوید شانس موفقیت بالاتری دارد. روش‌های زیادی برای ساخت و توسعه محصولات وجود دارد و کسب‌وکارهای مختلف راه‌های زیادی را برای رسیدن به خروجی مطلوب مشتریان امتحان می‌کنند. مطالعه کتاب‌هایی که بر فرآیند توسعه محصول تمرکز دارند، می‌تواند به تیم‌های استارت‌آپی کمك شایانی بکند. در ادامه به بعضی از این کتاب‌ها اشاره شده است:

۱ تست مامان (The Mom Test) یك کتاب عالی از راب فیتزپاتریك (Rob Fitzpatrick) است و با محوریت سنجش ایده‌ها توسط کاربران پیش می‌رود. ایده اصلی کتاب این است که نوع پرسش از کاربران و مصاحبه‌های جهت‌دار چگونه می‌تواند بر گرفتن نتیجه اشتباه تاثیر بگذارد. فیتزپاتریك با این ایده کتاب را شروع می‌کند که اگر از مادرتان مستقیم درباره ایده‌هایتان سؤال کنید، او برای آن‌که شما ناراحت نشوید ایده‌هایتان را تایید خواهد کرد، اما در نهایت مشتری واقعی محصول شما نخواهد بود. خواندن کتاب راه‌های چگونگی تعامل با کاربران برای رسیدن به نیازهای اصلی‌شان را معرفی می‌کند.

۲ هنر نوآوری (The Art of Innovation) را تام کلی (Tom Kelley) براساس فعالیت‌های برادرش دیوید نوشته است. دیوید، مدیر شرکت آیدیو (IDEO) یکی از شرکت‌های پیشرو در موضوع خلاقیت است. تام در این کتاب روش‌شناسی خلاقانه آیدیو را در حل مسائل و انجام پروژه‌ها تشریح می‌کند و روش طراحی کاربر محور در آن با مثال‌های خوبی تشریح شده است.



۳ ایده عالی مستدام (Made to Stick) توسط چیپ و دن هیث (Chip and Dan Heath) نگاشته شده است. این کتاب بیشتر از آن‌که به فرآیند ایجاد محصولات بپردازد به نحوه رسیدن به ایده‌های ماندگار و اثرگذار بر مشتری متمرکز است. کتاب راه‌های جالبی برای آن‌که ایده درست را برای کسب‌وکار انتخاب کنید و روش مناسبی برای پرورش آن بیابید، ارائه می‌کند. این کتاب دستورالعملی عالی برای رسیدن به ایده‌های متفاوت و قوی برای خشنود کردن مشتریان است.



۴ تجربه کاربری ناب (UX for Lean Startups) را لورا کلاین (Laura Klein) براساس تجربیات خود نگاشته است. این کتاب تشریح می‌کند که چگونه یك کسب‌وکار استارت‌آپی را خیلی سریع راه‌اندازی کنید. موضوعاتی همچون اعتبارسنجی، پژوهش‌های مورد نیاز، سنجش ایده‌ها و نمونه‌های اولیه در این کتاب مورد بحث قرار گرفته است.