اعزام دانش‌بنیان‌های ایرانی به نمایشگاه فناوری‌های برتر

با حمایت مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و صندوق نوآوری و شکوفایی، هیات بلندپایه تجاری و فناوری ایرانی برای کمك به صادرات محصولات دانش‌بنیان «ایران ساخت» ۱۹ تا ۲۳ آبان سال جاری به ریاست معاون علمی و فناوری رئیس جمهور به چین سفر می‌کند تا شرایط همکاری و تعاملات بین دو کشور را بررسی کند. / معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

آیا رمزارز فیسبوك حامیان مالی خود را از دست می‌دهد؟

به گزارش روزنامه وال استریت‌ژورنال و به نقل از منابع آگاه، شرکای مالی فیسبوك همچون پی‌پال، ویزا، اوبر، کوین بیس، لیفت، مستر کارت، وودافون، ای‌بی و اسپاتیفای در پروژه راه‌اندازی رمزارز لیبرا در پی واکنش‌های منفی دولت‌ها و بانك‌های مرکزی، از ترس این که هدف بررسی‌های نظارتی قرار گیرند، درخواست‌های فیسبوك را برای حمایت علنی از این پروژه رد کرده‌اند. / ایرنا

۸ راهکار برای راه‌اندازی کسب‌وکار بر مبنای علاقه‌های شخصی مفید

علاقه‌هایت را سر کار بگذار!

عسل اخویان طهرانی
دانش

انجام کارهای تفننی به عنوان منبع کسب درآمد مثل یك رویا است. تصور این که شنبه‌ها با اشتیاق از این که قرار است کاری را شروع کنیم که حس و حال مان را خوب می‌کند به سر کار برویم و هر روز با این امید به خانه برگردیم که فردا قرار است باز هم کار مورد علاقه‌مان را انجام دهیم، بسیار جذاب است. بنابراین شاید بد نباشد که نگاه جدیدی به تفریحات و کارهای مورد علاقه‌تان داشته باشید تا از آنها برای توسعه کسب‌وکار و منبع درآمد قابل اتکا استفاده کنید. در چنین حالتی روزهای کاری هفته به همان اندازه برایتان جذاب می‌شود که آخر هفته‌ها هستند و عمر کاری‌تان صرف انجام کارهایی می‌شود که دوست شان دارید و از انجام شان لذت می‌برید؛ اما ایجاد چنین شرایطی آن قدرها هم که به نظر می‌رسد راحت نیست. بنابراین باید پیش از دست کشیدن از کار کارمندی‌تان و رفتن به سوی علاقه‌هایتان، خوب به همه ابعاد آن، شیوه‌ای که می‌خواهید برای کسب درآمد ایجاد کنید و اهداف کوتاه مدت و بلند مدت تان فکر کنید.

برگرفته از: TheBalanceCareers

۱ بازار را بررسی کنید

با نگاهی دقیق به ارتباطات مجازی و شبکه افرادی که در دنیای حقیقی با آنها در ارتباط هستید تا حد زیادی می‌توانید تخمین بزنید که چه سهمی از بازار را می‌توانید درگیر کنید. این موضوع بسته به نوع محصول یا خدماتی که می‌خواهید ارائه دهید متفاوت است. در مورد برخی از محصولات با نگاهی به میزان استقبال مردم از فروشگاه‌های آنلاین می‌توانید به آسانی متوجه شوید که مردم چقدر دنبال محصول‌تان هستند. اما در برخی موارد دیگر شاید نیاز به برخی بررسی‌های میدانی نیز داشته باشید.

بازار حوزه کاری خود را به خوبی بررسی و نحوه وارد شدن و ایجاد جایگاهی برای خود در این بازار را مشخص کرده و مزیت‌های رقابتی رقبا را بررسی کنید. چه نیازها و ظرفیت‌هایی در این صنعت وجود دارد که آنها به آن نپرداخته‌اند؟ مزیت رقابتی محصول چیست؟ چه ویژگی‌هایی می‌تواند آن را به محصولی شاخص در این بازار تبدیل کند؟

۲ قدم اول را کوچك بردارید

یکی از مشکلات راه‌اندازی کسب‌وکار بر مبنای کارهای تفننی مانند راه‌اندازی هر کسب‌وکار جدید دیگری این است که در ابتدای راه به آسانی نمی‌توانید به درآمدزایی برسید. به همین دلیل پیش از شروع کار باید به اندازه مخارج چند ماه خودتان و هزینه‌های احتمالی مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب‌وکارتان پس‌انداز داشته باشید تا بدون نگرانی از هزینه‌های زندگی به فکر راه‌اندازی کسب‌وکارتان باشید.

یکی از راه‌حل‌های ممکن برای عبور از این مرحله راه‌اندازی کسب‌وکار هم‌زمان با حفظ شغل فعلی‌تان است. این روش کمك می‌کند ضمن حفظ شغلی که دارید اطلاعات خود را در زمینه کسب‌وکاری که می‌خواهید راه‌اندازی کنید افزایش دهید، میزان انرژی که باید برای آن صرف کنید و درآمدی که در ازای انرژی و زمان مصرفی به دست می‌آورید را تحلیل کنید و مطمئن شوید راهی که انتخاب کرده‌اید از بازده کافی برخوردار است.

گرچه شاید انجام دو شغل به صورت موازی انرژی زیادی از شما بگیرد و بسیار خسته‌کننده باشد، اما این خوبی را دارد که از تصمیمی که گرفته‌اید مطمئن شوید که آیا انجام کارهای مورد علاقه زمانی که برای کسب درآمد باشد هم به همان اندازه که وقتی آنها را از روی عشق انجام می‌دهید، لذت بخش هست یا نه.

۳ همیشه خلاق باشید

اگر قرار باشد علاقه‌هایتان را به منبع درآمد تبدیل کنید، به نظر می‌رسد که ساده‌تر بتوانید اشتیاق خود را برای بیشتر آموختن، حرفه‌ای شدن و بروز خلاقیت‌هایتان حفظ کنید. در واقع این ویژگی کارهای تفننی و علاقه‌های شخصی است که همیشه اشتیاق کافی برای بیشتر آموختن و حرفه‌ای‌تر شدن وجود دارد.

جف بزوس، مدیرعامل کسب‌وکار آنلاین موفق آمازون که نمونه بسیار خوبی از فردی است که به‌دنبال علاقه‌های شخصی‌اش در مسیر کسب‌وکار رفته است، معتقد است که اگر بتوانید پای انگیزه و اشتیاق را به کسب‌وکارتان باز کنید، خلاقیت و نوآوری به‌دنبال آن وارد فضای کاری‌تان خواهد شد. او می‌گوید: «خلاقیت و ابداع شکل‌ها و ابعاد گوناگونی می‌تواند داشته باشد. شدیدترین و تأثیرگذارترین ابداعات زمانی شکل می‌گیرند که نیروی خلاقیت و نوآوری خود را رها کنید و به اصطلاح رویاهای خود را دنبال کنید.» به عبارت دیگر، بال و پر دادن به خلاقیت نه تنها موجب می‌شود اشتیاق‌تان به کار تفننی را که به کسب‌وکار تبدیل کرده‌اید هر روز بیشتر شود، بلکه کمك می‌کند تا فضای کاری پویاتری داشته باشید و روز به روز بیشتر در کارتان پیشرفت کنید.

۴ ارتباط‌سازی کنید

با شکل‌گیری شبکه‌های مجازی برقراری ارتباط با افراد هم‌فکر و هم‌سو در نقاط مختلف جغرافیایی به مراتب ساده‌تر شده و این مزیتی است که برای صاحبان کسب‌وکارهای کوچك فرصت خوبی در جهت گسترش شبکه ارتباطی‌شان فراهم می‌کند. شبکه‌های اجتماعی تخصصی و پیام‌رسان‌ها، می‌توانند کمك شایانی به یافتن افراد مرتبط با حوزه کاری‌تان و گسترش شبکه‌های ارتباطی داشته باشند.

اما در این زمینه احتیاط‌های لازم را داشته باشید. بسیاری از افراد تمایلی ندارند که به رقبای احتمالی‌شان مشاوره بدهند. به همین جهت پیش از آن که از کسی مشورت بخواهید از نوع روابط و شخصیتش مطمئن شوید. همچنین در بسیاری از موارد می‌توانید به صورت ناشناس سوالات‌تان را در برخی گروه‌ها مطرح کنید و کم‌کم از منابع مختلف اطلاعات مورد نیازتان را جمع کنید.

۵ طرحی برای کسب‌وکارتان داشته باشید

آماده کردن طرح کسب‌وکار معمولا غیرجذاب‌ترین بخش شروع هر کسب‌وکاری است. اما به همان اندازه که آماده کردنش سخت و وقت‌گیر به نظر می‌رسد، برای شروع کار بسیار حیاتی است. به ویژه اگر بخواهید برای راه‌اندازی کسب‌وکارتان از منابع مختلف مالی، جذب سرمایه کنید، حتما به طرحی دقیق و مدون نیاز خواهید داشت. حتی اگر نخواهید سرمایه از بیرون وارد کنید و کسب‌وکارتان را با سرمایه شخصی راه بیندازید نیز، نوشتن طرح کمك می‌کند تا دید بهتری نسبت به مراحل کار، هدف‌گذاری‌ها و مشکلات احتمالی پیدا کنید.

۶ دیگران را مطلع کنید

تا چند سال پیش اگر می‌خواستید کسب‌وکاری را راه‌اندازی کنید باید بودجه قابل توجهی را ابتدای کار و حتی در طول تداوم کسب‌وکار صرف هزینه‌های تبلیغات می‌کردید که شاید در برخی موارد به ازای هزینه بالایی که داشتند، خیلی کارآمد هم نبودند، اما با توسعه شبکه‌های ارتباطی مجازی این امکان فراهم شده که با اطلاع‌رسانی‌های اولیه بتوانید دیگران را از ورود محصولات تان به بازار مطلع کنید. صفحات اینستاگرام یا کانال‌های موجود در پیام‌رسان‌ها بهترین و در دسترس‌ترین محل برای معرفی محصول و جذب مشتریان است.

۷ اهداف تان را پیوسته ارزیابی کنید

حتی اگر برنامه‌ریزی دقیقی برای راه‌اندازی کسب‌وکارتان داشته باشید، تا زمانی که وارد دنیای کسب‌وکار نشوید همچنان دید درستی نسبت آنچه پیش خواهد آمد، نخواهید داشت. به همین دلیل ارزیابی دوره‌ای اهداف می‌تواند کمك کند هر چند وقت یك‌بار براساس شرایطی که به وجود می‌آید، آنها را مجددا بررسی و در صورت نیاز تغییراتی در آنها اعمال کنید تا از مسیر اصلی منحرف نشوید.

خیلی محتمل است که در طول کار احساس کنید که اهداف‌تان در طول زمان پیوسته در حال تغییر است؛ زیرا ممکن است هرچه در کار پیش می‌روید از بخشی از کارتان بیشتر خوش تان بیاید و سعی کنید بیشتر تمرکز و توجه خود را صرف آن کنید. یا در طول زمان متوجه شوید محصول تان در بازار آن قدر که برآورد کرده بودید، مخاطب ندارد و به نحوی است که بهتر است تغییراتی را در محصول خود ایجاد کنید تا بیشتر برای مشتریان تان مطلوب باشد.

یکی از خوبی‌های کار کردن برای خودتان این است که مدام رشد پیدا می‌کنید و تجربه کسب می‌کنید. بنابراین با این مزیت همسو شوید و هرجا که احساس کردید بهتر است در روند کاری خود تغییری در جهت بهتر شدن اعمال کنید، از این تغییر استقبال کنید.

۸ برای مسائل مالی برنامه‌ریزی داشته باشید

نوشتن برنامه مالی به‌عنوان یکی از بخش‌های طرح کسب‌وکار بسیار ضروری است. محاسبه مخارج ماهانه، درآمد ناخالص و هزینه‌های کلی کسب‌وکار نوپا که می‌تواند شامل هزینه‌های تهیه ابزار و وسایلی باشد و برای کار به آنها نیاز دارید، هزینه اشتراك در انجمن‌ها و تشکل‌های حرفه‌ای صنعتی که در آن مشغول به کار هستید، هزینه تبلیغات، مالیات، عوارض، بیمه و... باشد.

براساس این برآوردها می‌توانید خط مشی مالی کسب‌وکارتان را مشخص کنید که می‌خواهید به چه ترتیب هزینه‌های مورد نیاز برای راه‌اندازی و پیشبرد کسب‌وکارتان را تأمین کنید؟ آیا با هزینه شخصی کسب‌وکارتان را راه می‌اندازید یا وارد مشارکت یا جذب سرمایه از نهادهای مالی دولتی و خصوصی خواهید شد؟

> ارزیابی دوره‌ای اهداف می‌تواند کمك کند هر چند وقت یك‌بار براساس شرایطی که به وجود می‌آید آنها را مجددا بررسی و در صورت نیاز تغییراتی در آنها اعمال کنید تا از مسیر اصلی منحرف نشوید

> بال و پر دادن به خلاقیت نه تنها موجب می‌شود اشتیاق‌تان به کار تفننی که به کسب‌وکار تبدیل کرده‌اید هر روز بیشتر شود، بلکه کمك می‌کند تا فضای کاری پویاتری داشته باشید

رشد سه‌برابری شرکت‌های نوپا در حوزه فناوری اطلاعات

معاون فناوری و نوآوری وزارت ارتباطات با اشاره به رشد سه برابری شرکت‌های نوپا (استارت‌آپ‌ها) در حوزه آی.تی کشور گفت: حضور شرکت‌های نوپای کشور در بستر ملی شبکه اطلاعات موید این موضوع است.

به گزارش مهر، ستار هاشمی چهارشنبه، دهم مهر در ششمین نشست مدیران ارتباط با صنعت دانشگاه‌ها، پژوهشگاه و مراکز آموزش عالی کشور در وزارت علوم گفت: هواوی در همایشی اعلام کرد در چین یك میلیون نفر متخصص در حوزه‌های مرتبط با تحلیل دیتا و هوش مصنوعی کم داریم. دانشگاه‌های چین قادر به تامین نیاز صنعت نیستند؛ به همین دلیل برنامه‌ریزی کردند تا دوره‌های مهارتی را تاسیس و نیروی مهارتی را تامین کنند.

معاون فناوری و نوآوری وزارت ارتباطات با اشاره به رشد سه برابری شرکت‌های نوپا در حوزه آی‌تی کشور گفت: حضور شرکت‌های نوپای کشور در بستر ملی شبکه اطلاعات موید این موضوع است.

وی بیان کرد: در ارتباط با مراکز شرکت‌های نوپا، نگاه وزارت ارتباطات این است مراکزی را که منشا عمل هستند بیشتر حمایت کنیم. هاشمی با اشاره به این‌که مساله دیگر بحث زیست بوم تلفن همراه بومی کشور است، افزود: همه می‌دانیم این بحث حواشی و حساسیت‌هایی دارد و در ماه‌های اخیر مقاله‌ای را به یکی از انتشارات‌های معروف ارسال کردیم و پیامی را دریافت کردیم که چون در ایران زندگی می‌کنید، نمی‌توانیم این را منتشر کنیم.

معاون نوآوری وزارت ارتباطات با تاکید بر مراقبت از حوزه تلفن همراه گفت: به همین دلیل سیستم عامل بومی را شروع کردیم که این به تنهایی کفایت نمی‌کند و بخش خصوصی، اپراتورها و دانشگاهیان نیز باید پای کار بیایند تا این سیستم بتواند شکل بگیرد. جامعه نیز باید با این مساله همراهی کند.

هاشمی با بیان این‌که قصد انجام باندلینگ را داریم و برای بومی‌شدن آن نیازمند دانشگاهیان هستیم، تصریح کرد: ما می‌خواهیم سرویس باندلینگ را در اختیار افراد قرار دهیم که با حداقل هزینه، گوشی مورد نظرشان را خریداری کنند. این یك نگاه کاملا ایجابی است برای ایجاد بازاری که ذی‌نفعان زیادی دارد. وی با بیان این‌که نگاه وزیر ارتباطات به حضور دانشگاه‌ها در صنعت بسیار مثبت است، گفت: وزارتخانه در جذب امریه بسیار مثبت و موثر عمل کرده و بسیاری از مباحث کلیدی با محوریت همین افراد رقم خورده است.

در مسیر موفقیت

اهمیت توجه به ذی‌نفعان در کسب‌وکار

نگین یشمی
دانش

به فرد، گروه، یا سازمانی که مستقیم یا غیرمستقیم در یك کسب و کار دارای منافع باشد و در موفقیت یا شکست آن سهیم شود، ذی‌نفع (stakeholder) می‌گویند.

ذی‌نفع در هر کسب‌وکاری متفاوت است و مثلا می‌تواند کاربر، سرمایه‌گذار یا مدیر پروژه باشد. عملکرد کسب و کار برای ذی‌نفعان اهمیت بسیاری دارد و اقدامات، اهداف و سیاست‌های کسب‌وکار بر آنها تاثیر می‌گذارد. این تاثیر و منفعت ممکن است مادی یا معنوی باشد. همیشه خواسته‌های ذی‌نفعان با یکدیگر منطبق نیست و حتی ممکن است در تضاد با یکدیگر قرار بگیرد. اما مدیریت ذی‌نفعان در فرآیند مدیریت پروژه می‌تواند این مشکلات را برطرف کند. نکات مهم در رابطه با مدیریت ذی‌نفعان را می‌توان به دسته‌های زیر خلاصه کرد:

شناسایی ذی‌نفعان: شناسایی ذی‌نفعان از اولین اقدامات پروژه است و نیازمند صرف زمان و انرژی زیادی خواهد بود. هرچقدر ذی‌نفعان یك پروژه دقیق‌تر شناسایی شوند و خواسته‌ها و نیازهای آنها در کسب‌وکار بهتر دیده شود، شانس موفقیت کسب‌وکار بالاتر خواهد رفت. مصاحبه از راه‌های شناخت ذی‌نفعان است؛ مصاحبه بینشی درباره ذی‌نفعان و دلایل پیدا و پنهان آنها ایجاد می‌کند که به شفاف شدن انتظار آنها از خروجی کسب و کار کمك خواهد کرد.

دسته‌بندی ذی‌نفعان: همه ذی‌نفعان با یکدیگر مساوی نیستند و نفوذ متفاوتی در کسب‌وکار دارند. نیازهای مختلف این ذی‌نفعان گاهی آنها را مقابل یکدیگر قرار می‌دهد. دسته‌بندی ذی‌نفعان و مشخص کردن جایگاه آنها نسبت به پروژه می‌تواند فرآیند مدیریت‌شان را تسهیل کند. گروه‌بندی ذی‌نفعان و دسته‌بندی نیازها و ویژگی‌ها به سهولت تحلیل آنها کمك می‌کند.

شناسایی ذی‌نفعان کلیدی: ذی‌نفعان کلیدی در کسب‌وکار بسته به زمینه فعالیت و نوع آن متفاوت خواهد بود. شناسایی آنها مسیر کسب‌وکار را مشخص می‌کند. پاسخ به نیاز آنها و خلق ارزش پیشنهادی که آنها را راضی و خشنود کند، معمولا اصلی‌ترین فعالیت کسب‌وکار است. هر چقدر ذی‌نفع کلیدی بهتر شناسایی شود، مدل کسب‌وکاری و راهبرد توسعه دقیق‌تری ایجاد خواهد شد.

ارتباط با ذی‌نفعان: ارتباط با ذی‌نفعان کلیدی باید مداوم و همیشگی باشد. نیازهای ذی‌نفعان کلیدی باید در محصولات دیده شده و خواسته‌های آنها به‌طور کامل برطرف شود. در رابطه با ذی‌نفعان دیگر با توجه به درجه اهمیت‌شان در پروژه، باید سازوکار ارتباطی مناسبی اتخاذ شود تا ارتباط پیوسته و مفیدی وجود داشته باشد و در عین حال ذی‌نفع مورد نظر از این ارتباط خسته نشود. توجه به جایگاه و ویژگی‌های ذی‌نفع در راه‌های ارتباطی نیز مهم است.

فراخوان طراحی پیام‌رسان شبکه آموزش پزشکی

مرکز ملی تحقیقات راهبردی آموزش پزشکی (نصر) در نظر دارد در فضای مجازی، شبکه‌ای ارتباطی بین صاحب نظران، محققان و مدیران حوزه‌های مختلف آموزش علوم پزشکی و نیز اعضای مخاطب آنها با هدف هم‌اندیشی، دسترسی به اطلاعات و مستندات مرجع و ایجاد فضای ارتباطی امن، سریع و سهل را برقرار کند.

به گزارش جام‌جم، این فراخوان، از همه فعالان این حوزه، شرکت‌ها، استارت‌آپ‌ها، نخبگان و علاقه‌مندان دعوت می‌کند براساس اهداف و قابلیت‌های مورد انتظار این مرکز مستندات خود را براساس ساختار اعلام شده تا پایان مهلت اعلامی به این مرکز ارسال کنند. بدیهی است پس از بررسی‌های اولیه، بازخورد لازم به شرکت کنندگان در فراخوان ارسال خواهد شد.

علاقه‌مندان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر به وبگاه مرکز ملی تحقیقات راهبردی آموزش پزشکی (نصر) به نشانی اینترنتی www.nasrmi.ac.ir مراجعه کنند.