رویداد چاپ بافت‌های انسانی برگزار می‌شود

رویداد «چاپ بافت‌های انسانی» به همت مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای توسعه بافت‌های چاپی برگزار می‌شود. در حال حاضر ثبت نام برای حضور در آن از طریق وبگاه nbic.isti.ir آغاز شده شرکت‌کنندگان در این مسابقه تا پایان دی ماه برای ثبت نام فرصت دارند./ معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

بومی‌سازی فناوری موج میلی‌متری در دانشگاه صنعتی شریف

طرح پیاده‌سازی سیستم تصویربرداری سه بعدی موج میلی‌متری توسط گروهی از استادان دانشکده مهندسی برق دانشگاه صنعتی شریف بومی‌سازی شد. سیستم‌های تصویربرداری با امواج رادیویی دارای کاربردهای متعدد از جمله تصویربرداری پزشکی و بازرسی امنیتی هستند. از قابلیت‌های جالب این امواج در باند موج میلی‌متری می توان به امکان نفوذ در برخی اجسام اشاره کرد که برای کشف اشیای پنهان در زیر لباس، مثل سلاح و اشیای غیرفلزی، می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد./ مهر

ایلان ماسک از مشهورترین کارآفرینان جهان در جلسه‌ای کاری با همکارانش

۱۰ جمله جادویی کارآفرینان

مدیران کسب‌وکارهای موفق می‌دانند گاهی با گفتن جمله‌ای معجزه‌آسا می‌توانند نتیجه دلخواه‌شان را به دست آورند

عسل اخویان طهرانی
دانش

بدون شك قدرت و اثرگذاری تا وقتی از آن برای ایجاد تحول و پیشرفت بهره‌برداری نشود ارزش چندانی نخواهد داشت. حتی اگر مهارت‌های کارآفرینی را به خوبی بدانید و در خود پرورش دهید، اما از آنها در جهت پرورش افکار عمیق‌تر، ایجاد انگیزش در اعضای گروه و پیشبرد و توسعه مجموعه کسب‌وکاری‌تان استفاده نکنید، عملا نمی‌توانید اسم خود را راهبر و کارآفرین موفق بگذارید. راهبری فقط به معنی داشتن قدرت نیست؛ بلکه مهم چگونگی استفاده از این قدرت و اختیار است. همان‌گونه که استفاده از عبارت‌های نامناسب می‌تواند شما را از مسیر موفقیت و پیشرفت دور کند، انتخاب عبارات و کلمات مناسب می‌تواند اعتماد به نفس، توانمندی و هوش احساسی که همگی ابزارهای ضروری رسیدن به موفقیت هستند را تقویت کند. راهبران تحول‌گرا همواره به فکر نتیجه کار هستند، اما از طرف دیگر به خوبی می‌دانند برای رسیدن به نتیجه دلخواه‌شان باید کارکنان با انگیزه و متعهدی در کسب‌وکارشان داشته باشند. به همین دلیل تمرکز اولشان را بر ساختن اعتماد، رشد توانمندی‌ها، افزایش درك، انتقال دانش و ارزش‌گذاری بر افراد مؤثر کسب‌وکارشان معطوف می‌کنند. در ادامه با ده عبارت معجزه‌آسایی آشنا خواهیم شد که کارآفرینان تحول‌گرا برای برقراری ارتباط عمیق‌تر با کارمندان‌شان استفاده می‌کنند. اگر به دنبال ایجاد فضایی پویا و کارمندانی با انگیزه و مشتاق برای پیشرفت در محیط کسب‌وکارتان هستید، از استفاده از این عبارت‌ها در کلام‌تان غافل نشوید.

برگرفته از: Forbes

۱- به کمکت نیاز دارم!

بسیاری از کارآفرینان و راهبران کسب‌وکارها «درخواست کمك» را نشانه ضعف می‌دانند. اما دوره این طرز فکر به پایان رسیده است و باید این ذهنیت به‌درستی در کارآفرینان اصلاح شود. زیرا به عقیده کارشناسان درخواست کمك از بهترین نشانه‌های قدرت راهبری و هدایت است. درخواست کمك به مراتب بیشتر از این که بخواهید تظاهر کنید که هیچ‌وقت به کمك نیاز ندارید در نشان‌دادن اعتماد به نفس و توانمندی‌تان مؤثر است. این که تلاش کنید نشان دهید همه چیز را خودتان می‌دانید موجب می‌شود که اطرافیانتان احساس کنند می‌خواهید نقابی بر تمام ضعف‌ها و کمبودهایتان بزنید و خودتان را بی‌نقص نشان دهید. این در حالی است که اگر در مواقع لزوم از راهنمایی، نصیحت یا تجربه سایر اعضای تیم کاری‌تان استفاده کنید، از احترام و اعتماد بیشتری برخوردار می‌شوید. زیرا با این کار کارمندانتان احساس می‌کنند برایشان احترام قائل هستید و به مشارکتشان در امور اهمیت می‌دهید.

درخواست کمك، شما را به کارآفرینی پیشرو و تحول‌گرا تبدیل می‌کند، زیرا با این کار نورافکن‌ها را از روی خودتان بر می‌دارید و اجازه می‌دهید افراد دیگری که در کسب‌وکارتان دخیل هستند به زیبایی بدرخشند. از سوی دیگر گاهی درخواست کمك این فرصت را فراهم می‌کند که توانمندی‌های فکری کارکنانتان تحریك شده و عصاره خلاقیتشان به جریان بیفتد. وقتی از افرادی که هدایتشان می‌کنید و از شما پیروی می‌کنند، تقاضای هم‌فکری و کمك کنید در حقیقت راهبران دیگری را در کنار خود پرورش خواهید داد. یادتان باشد هدایتگر کسب‌وکار الزاما باهوش‌ترین فرد مجموعه نیست، بلکه کسی است که بتواند فضای رشد و بالندگی را برای دیگران فراهم کند تا بتوانند حداکثر توانمندی‌هایشان را بروز دهند. راهبران تحول‌گرا همواره به دنبال پرورش راهبران جدید هستند. بنابراین به عنوان کارآفرین باید خود را موظف بدانید این فضای رشد را برای کارکنانتان فراهم کنید.

۲- چطور می‌توانم کمکت کنم؟

همیشه حواستان باشد که در مواقع لزوم چنین سوالاتی را بپرسید. به عنوان راهبر یا مسؤول مجموعه‌ای نباید توقع داشته باشید که در جای خودتان بنشینید و کارمندان هر زمان که نیاز به کمکی داشتند، خودشان به شما مراجعه کنند. شما موظفید نشان دهید همواره برای کمك آماده‌اید و این موضوع را به خوبی جا بیندازید که اگر کسی نتواند از عهده کاری بدون کمك گرفتن از دیگران بربیاید، در نگاه شما فردی ضعیف و غیرمستعد نخواهد بود. اگر این فضا را در کسب‌وکارتان ایجاد نکنید، دو پیامد مهم به دنبال خواهد داشت: اول این که کارکنانتان حتی در شرایطی که نیاز به کمك و راهنمایی مستقیمتان باشد، از ترس خوردن برچسب ناکارآمدی به شما مراجعه نخواهند کرد. دوم این که یادگیری مداوم و همیاری و انتقال دانش از مهم‌ترین ویژگی‌های کسب‌وکارهای امروزی است. اگر نخواهید شرایط این یادگیری ضمن کار را برای کارمندانتان

فراهم کنید خیلی زود کسب‌وکارتان راکد و یکنواخت خواهد شد که این با ماهیت شدید رقابتی کسب‌وکارهای امروزی در تضاد است.

از این رو اگر می‌خواهید راهبری امروزی و تحول‌گرا باشید باید همیشه آماده باشید تا در زمان مناسب به کارمندانتان پیشنهاد کمك دهید و نفر اول برای ایجاد محیط یادگیری باشید. همچنین در کسب‌وکارتان پاداشی برای افرادی که طلب کمك می‌کنند یا حاضر به کمك کردن می‌شوند در نظر بگیرید تا این موضوع به فرهنگ فضای کسب‌وکارتان تبدیل شود.

۳- این موضوع را درك می‌کنم

زمانی که در حال گفت‌وگو با فرد یا افرادی هستید و در ادامه صحبت‌ها از عبارت من درك می‌کنم که ... (جای خالی را با هر موضوعی که در گفت‌وگو مطرح شده است پر کنید) استفاده کنید، در حقیقت نشان داده‌اید که به صحبت‌ها گوش کرده‌اید و پیام مورد نظر را دریافت کرده‌اید. این عبارت به این معناست که نیاز، احساس یا خواسته طرف مقابل را مشروع و به‌حق می‌دانید و از سوی دیگر از یکی از بهترین روش‌های برقراری ارتباط راهبران امروزی و تحول‌گرا استفاده کرده‌اید. به این ترتیب اعضای تیم کاری‌تان احساس می‌کنند که شنیده شده‌اند و به مشکلات‌شان بها داده شده است. حتی اگر تصمیمی که در نهایت می‌گیرید، خلاف میل‌شان باشد، باز هم به دلیل این که احساس شنیده شدن دارند، راحت‌تر آن را خواهند پذیرفت.

۴- برای عملکردت در مورد ... ارزش قائلم

اگر نگوییم همه، دست کم بیشتر ما دوست داریم مورد احترام باشیم. بنابراین اگر دوست دارید ارزش و احترام بیشتری نزد کارمندان‌تان داشته باشید بدانید باید برای آنها متقابلا ارزش و احترام قائل شوید. راهبران امروزی می‌دانند به منظور ارزش قائل‌شدن برای افراد، صرفا زبان‌بازی کارایی نخواهد داشت؛ با این وجود نمی‌توان از جادوی کلمات نیز غافل شد. از این عبارت زمانی که رفتار، تصمیم یا طرز فکری تحت‌تأثیر قرارتان می‌دهد استفاده کنید؛ ولو این‌که با آن موافق و همسو نیز نباشید. این روش مناسبی است که بخواهید به اعضای گروه‌تان نشان دهید چه مواردی در صدر اولویت‌هایتان قرار دارد. به این ترتیب آنها نیز با افکار و اولویت‌های فکری شما آشنا خواهند شد و به نوعی تمرکز و تلاش‌شان را روی مواردی معطوف خواهند کرد که هم‌راستا با ارزش‌های کسب‌وکار شما خواهد بود.

۵- مطمئنم می‌توانی

اگر از آن دست مدیرانی هستید که بیش از حد کارکنان‌تان را زیر نظر دارد و دوست دارید همه کارها با نظارت مستقیم خودتان انجام شود، خودتان را مجبور کنید دست‌کم هفته‌ای یك بار از این عبارت در کلام‌تان استفاده کنید. از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین وظایف شما به عنوان راهبر مجموعه این است نشان دهید کار کارمندانتان و وجودشان برای مجموعه حیاتی است. سعی کنید شرایطی به وجود بیاورید که همان‌طور که دوست دارید کارکنان‌تان ارزش وجود شما و کمك‌های شما را درك کرده و احساس کنند شما نیز متقابلا برای آنها و توانمندی‌هایشان ارزش قائل هستید.

کارمندان دوست دارند از توانایی‌ها و استعدادهایشان استفاده شود و نقش مؤثری در پیشبرد و دستیابی به اهداف ایفا کنند. برای دستیابی به این خواسته به فضایی برای بروز خلاقیت، بررسی گزینه‌ها و پیاده‌سازی بازی‌هایی که می‌تواند منجر به دستیابی به خواسته‌ها و ارزش‌های مجموعه شود، نیاز خواهند داشت. روشن و شفاف به کارمندانتان بگویید برنامه‌های اصلی شرکت چیست و نتیجه نهایی مورد انتظار چه خواهد بود؛ سپس از صحنه خارج شوید و به آنها فرصت بدهید کار را پیش ببرند و بدرخشند! زمانی که کارمندان احساس کنند شما رویشان حساب می‌کنید و به آنها اعتماد دارید، احساس تعلق خاطر بیشتری به مجموعه خواهند داشت و تلاششان برای دستیابی به اهداف مضاعف خواهد شد.

۶- شما درست می‌گویید

قرار نیست راهبر یا مدیر مجموعه همیشه راه‌حل همه مشکلات را بداند. در محیط کارتان فضایی به وجود بیاورید که کارکنان آزادانه و با حفظ احترام متقابل بتوانند درخصوص موضوعات گوناگون با شما یا دیگر همکاران‌شان مناظره کنند. زمانی که اعضای تیم بتوانند به راحتی نظرشان را بدون واهمه درخصوص مسائل مختلف مطرح کنند یا حتی آزادانه مخالفت‌شان را درباره برخی تصمیم‌گیری‌ها ابراز کنند، یکپارچگی بیشتری در تیم حاکم خواهد شد. با پذیرفتن اشتباه‌تان و اذعان به درست بودن نظر فرد دیگر، شجاعت و قدرت خود را به عنوان راهبر مجموعه نشان دهید. حتی اگر در این راه برخی از نقاط ضعفتان نیز مشخص شود، هیچ اشکالی نخواهد داشت. این مسیر در نهایت به ایجاد همبستگی بیشتر منجر خواهد شد.

این روش نیز شیوه دیگری برای نشان دادن این موضوع است که به اعضای تیم کاری‌تان نیاز دارید. کارکنان‌تان شما را به عنوان راهبری قدرتمند خواهند شناخت و از این که به‌راحتی می‌توانند افکار و ایده‌هایشان را مطرح کنند احساس بهتری خواهند داشت.

> از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین وظایف شما به عنوان راهبر مجموعه این است که نشان دهید کار کارمندان‌تان و وجودشان برای مجموعه حیاتی است

۷- شما چطور فکر می‌کنی؟

همان‌طور که گفته شد، قرار نیست به عنوان راهبر یا هدایتگر کسب‌وکار، راه‌حل همه چیز را بدانید. حتی شاید برایتان جالب باشد بدانید که بسیاری از کارآفرینان موفق حتی اگر راه‌حل موضوعی را بدانند هیچ‌وقت همان ابتدا آن را بیان نمی‌کنند؛ بلکه فرصت می‌دهند تا اعضای تیم کاری‌شان با مشکل درگیر شده و ایده‌ها و راه‌حل‌های جدیدی را در ذهنشان پرورش دهند. زمانی که از کارمندانتان بپرسید چه فکری می‌کنند یا چطور راه‌حل مشکلی را در دست می‌گیرند، به پرورش خلاقیت و نوآوری و مهارت تصمیم‌گیری‌های در شرایط مهم در کل مجموعه کمك خواهید کرد. به این ترتیب همچنان توانسته‌اید به پرورش راهبران جدید و توانمند و ایجاد فضایی پر اعتماد کمك شایانی کنید.

۸- من مشتاقم که...

بسیاری از مدیران ناوارد فکر می‌کنند برای ایجاد هر تغییری نیازی نیست کارکنانشان را در جریان قرار دهند. زیرا خودشان صلاح دانسته‌اند تغییر را در مسیر کاری ایجاد کنند. اما این کاملا اشتباه است. قرار نیست کارکنانتان حدس بزنند شما چه خواهید کرد! در هر زمانی که ایده جدیدی دریافت کردید به صورت شفاف به اعضای تیم کاری‌تان بگویید که مشتاق هستید تغییر را در مسیر کاری اعمال کنید. از سوی دیگر دریافت ایده‌های جدید می‌تواند وجوه جدیدی از کسب‌وکار را پیش رویتان باز کند. در نتیجه اشتیاق خود را برای بررسی پیشنهادها و ایده‌های جدید ابراز کنید. شما می‌توانید به سادگی با گفتن من مشتاقم که... (جای خالی را با هر موردی که مشتاق هستید بررسی یا امتحان کنید، پر کنید) نشان دهید برای بررسی روش‌های جدید، فرآیندهای تازه و راهکارهای جایگزین کاملا پذیرا هستید. با استفاده از این عبارت در موقعیت مناسب این پیام را به کارکنانتان می‌دهید که راهبری اهل تغییر هستید و فقط حرفش را نمی‌زنید.

۹- متشکرم بابت...

شاید به نظرتان این جمله خیلی عادی به نظر برسد. اما بسیاری از افراد زمانی که تشکر هم می‌کنند مستقیما اشاره نمی‌کنند بابت چه موضوعی از فرد مقابل قدردان هستند. بازخورد دادن زمانی که به‌صورت جزئی و دقیق، در زمان مناسب عنوان شود، اهمیت چند برابر خواهد داشت. بنابراین دقیقا در هنگام تشکر و ابراز قدردانی با گفتن جمله «من بابت... از شما متشکرم» (جای خالی را با هر رفتار یا عملی که موجب برانگیختن حس قدردانی‌تان شده پر کنید) نشان دهید چه موردی مورد تقدیر بوده است. در کنار دقیق بودن، زمان بیان تشکر هم بسیار مهم است. سعی کنید تا حد امکان در زودترین زمان ممکن نسبت به اتفاقی که موجب تشکرتان شده است، آن را ابراز کنید و در هنگام بیان تشکرتان به این موضوع نیز اشاره کنید که عمل یا رفتار صورت گرفته چه تأثیری در روند کار مجموعه داشته و چقدر موجب بهبود اوضاع شده است.

> وقتی از افرادی که هدایتشان می‌کنید و از شما پیروی می‌کنند، تقاضای هم‌فکری و کمك کنید در حقیقت راهبران دیگری را در کنار خود پرورش خواهید داد

۱۰- ببخشید، اشتباه از من بود

راهبری و مدیریت مانند سکه دو رو دارد. روی اول این است که راهبر باید همواره آماده پذیرش مسؤولیت شکست‌های کسب‌وکارش باشد. دوم این که راهبر باید حاضر باشد مسؤولیت و افتخار موفقیت‌های کسب‌وکار را میان اعضای مجموعه تقسیم کند. راهبران تحول‌گرا به خوبی می‌دانند اگر اشتباهی زیر نگاهشان رخ دهد، مسؤولیتش کاملا متوجه خودشان خواهد بود. البته باید در ادامه با دقت دلیل شکست و جزئیات آن را بررسی کنید و بر حسب وظیفه افراد آنها را در خصوص عملکردشان آگاه کنید. اما در بدو وقوع اشتباه، باید بتوانید خود را مقصر دانسته و بابت اشتباه پیش آمده از اعضای تیم کاری عذرخواهی کنید.

در مسیر موفقیت

۱۰ کسب‌وکار برجسته شکست‌خورده در سال ۲۰۱۹

نگین یشمی
دانش

شکست جزء جدایی‌ناپذیر شرکت‌های نوپا (استارت‌آپ‌ها) است و بررسی‌ها نشان می‌دهد ۹۰ درصد این شرکت‌ها شکست را تجربه می‌کنند. عوامل مختلفی می‌تواند شکست یك کسب‌وکار را رقم بزند. در ادامه به نقل از مدیوم (medium.com) به ده شرکت نوپایی می‌پردازیم که سال ۲۰۱۹ شکست را تجربه کرده‌اند.

۱. آنکی (Anki): شرکت نوپایی که سال ۲۰۱۰ با تمرکز بر تولید محصولات رباتیك با استفاده از فناوری‌های روز تأسیس شد و توانست ۱۸۲ میلیون دلار سرمایه جذب کند اما تغییر شکل بازار و مدل کسب‌وکاری ناموفقش باعث شد شکست بخورد.

۲. درایوآپ (DriverUp): یك بازارگاه آنلاین برای وام و سرمایه‌گذاری در حوزه خودرو بود و امکانات جانبی زیادی را نیز در خدمت کاربران قرار می‌داد. این شرکت حتی موفق به جذب ۷۰ میلیون دلار سرمایه شد اما پس از پنج سال فعالیت، سال گذشته میلادی اعلام ورشکستگی کرد.

۳. اوریکس ویژن (Oryx Vision): با جذب سرمایه ۶۷ میلیون دلاری تلاش می‌کرد حسگرها و دوربین‌های استاندارد برای وسایل نقلیه خودکار تولید کند. اما تمرکز بر بازار خاص و نیاز مالی برای ادامه مسیر باعث شد این کسب‌وکار در سال ۲۰۱۹ طعم شکست را بچشد.

۴. کاهونا (Kahuna Inc.): تلاش می‌کرد نیازهای بازار و ارائه محصولات به کاربران را شخصی‌سازی کند. این کسب‌وکار با استفاده از فناوری یادگیری ماشین، ساختاری ایجاد کرده بود که با شناخت بهتر مشتری، قیمت‌گذاری و ارائه محصولات را بهبود بخشد. با این که کاهونا توانست ۵۸ میلیون دلار بودجه جذب کند، اما همه هزینه‌هایش پوشش داده نشد و سال ۲۰۱۹ با بازار خداحافظی کرد.

۵. استیم‌ویو (Stimwave): شرکتی در حوزه تجهیزات پزشکی بود که تجهیزات عصب‌شناسی تزریق‌شدنی بدون سیم می‌ساخت و ۵۴ میلیون دلار سرمایه جذب کرد، اما سال ۲۰۱۹ شکست را تجربه کرد. علت اصلی این شکست خطرات احتمالی این محصول برای کاربران بود و نتوانست در بازار به شکل مناسبی وارد شود.

۶. آریول (Arivale Inc.): یك شرکت در حوزه پیشگیری و بهینه‌سازی سلامت بود که توانست ۵۲ میلیون دلار سرمایه جذب کند. مشکل اصلی این شرکت هزینه بالای جمع‌آوری داده‌های ژنتیك کاربران بود و از طرفی بازار مناسبی برای محصول خود پیدا نکرده بود. درنهایت سال گذشته میلادی چراغ این شرکت برای همیشه خاموش شد.

۷. لِیر (Layer Inc.): شرکتی با بودجه ۴۴ میلیون دلاری و در حوزه ارتباطات بود که خدمات ابری با کیفیت بالا ارائه می‌کرد اما فشار سرمایه‌گذاران در کنار بازار رقابتی سخت باعث شد این مجموعه شکست را تجربه کند.

۸. آریا اینسایتس (Aria Insights): شرکتی که وسایل نقلیه بدون سرنشین برای جست و جو و نجات می‌ساخت و توانست ۳۹ میلیون دلار سرمایه جذب کند اما به علت آن که هنوز نیازی در بازار برای این محصولات وجود نداشت و فناوری توسعه داده‌شده جلوتر از زمان خودش بود، شکست خورد.

۹. کال ۹ (Call 9): پزشکان را در مواقع اضطراری بنا به نیاز با بیماران ارتباط می‌داد و به نظر ایده خلاقانه‌ای داشت. این شرکت ۳۴ میلیون دلار سرمایه جذب کرد اما نتوانست بازار مناسبی برای خود پیدا کند. سرانجام مشکلات هماهنگی و زیرساختی زیادی را تجربه کرد و شکست خورد.

۱۰. لورل و وُلف (Laurel & Wolf): کسب‌وکاری در حوزه طراحی داخلی بود که طراحان حرفه‌ای را با قیمتی مقرون‌به‌صرفه به مشتریان متصل می‌کرد. این شرکت توانست ۳۵ میلیون دلار سرمایه جذب کند اما خیلی زود به دلیل چالش‌های جدی مدیریتی شکست خورد. بازار طراحی داخلی آنلاین بسیار نو است و این شرکت نتوانست برنامه‌ریزی دقیقی برای هزینه‌های عملیاتی و مشکلات خود داشته باشد.