مردم روسیه و ترکیه با داروهای زیست‌فناوری ایرانی درمان می‌شوند

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور که همراه با نمایندگان ۷۰ شرکت دانش‌بنیان ایرانی برای شرکت در نمایشگاه اینوپروم در شهر یکاترینبورگ به روسیه سفر کرده است در سخنرانی خود در این نمایشگاه گفت: امروز مردم روسیه، ترکیه و دیگر کشورهای منطقه با داروهای زیست‌فناوری ایرانی ضد سرطان و ضد بیماری‌های التهابی درمان می‌شوند. سورنا ستاری تصریح کرد: دستاوردهای یك شرکت ایرانی که چهار بیماری لاعلاج را از طریق سلول‌های بنیادی درمان می‌کند، در غرب آسیا بی‌نظیر است و شرکت مشابهی در این زمینه در سطح منطقه وجود ندارد. وی در این نشست یادآور شد: فناوری تولید تجهیزات پیشرفته‌ای نظیر ربات‌های جراح، شتاب‌دهنده‌های خطی، دستگاه‌های دوزیمتری، سیستم‌های رادیوفرکوئنسی و سیکلوترون‌های تشخیصی در شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران توسعه یافته‌اند و در خدمت بخش سلامت کشور هستند./ جام‌جم

INNOPROM

۱۰ باور نادرست در دنیای کارآفرینی

برخی باورهای نادرست در مورد کارآفرینان، راه‌اندازی کسب‌وکار را ناممکن جلوه می‌دهد

عسل اخویان طهرانی
دانش

از نظر بسیاری از کارآفرینان، راه‌اندازی کسب‌وکار شباهت‌های زیادی به تصمیم برای بچه‌دار شدن دارد و همان‌طور که نمی‌توان بدون داشتن شهامت کافی، پدر و مادر شد، قطعا نمی‌توان کارآفرین موفقی شد. راه‌اندازی کسب‌وکار نیاز به آمادگی همه‌جانبه روحی، جسمی و ذهنی دارد. باید جسارت و اعتماد به نفس کافی برای شروع یك مسیر تازه را داشته باشید و از سوی دیگر تا حدی خطرپذیر و اهل ریسك باشید. اما ممکن است تصوری که ما در بیرون از گود کارآفرینی داریم گاهی بسیار متفاوت‌تر از واقعیت‌های آن باشد. این باورهای نادرست می‌تواند شما را به جریان نادرستی انداخته یا از مسیر رشد و ترقی بازدارد. بنابراین پیش از شروع کار باید کمی بیشتر در مورد تصوراتی که ممکن است کمی دلتان را به شك انداخته باشد، اطلاعات به‌دست بیاورید و با قدم‌های مطمئن‌تری وارد این مسیر پرچالش شوید. در ادامه ده باور نادرستی که در افکار بسیاری از افراد در مورد کارآفرینی شکل گرفته را بررسی خواهیم کرد.

برگرفته از: Forbes و HostGator

۱ باید منتظر زمان مناسب باشید

یکی از تصورات اشتباه برای راه‌اندازی کسب‌وکار این است که باید منتظر زمان مناسبی برای شروع کارتان باشید! اما حقیقت این است که هیچ‌وقت زمان «مناسب» از راه نخواهد رسید. شما هیچ‌وقت به مرحله‌ای نمی‌رسید که احساس کنید در اوج آمادگی برای راه‌اندازی کسب‌وکارتان هستید. راز موفقیت در این است که به بهترین شکلی که می‌توانید خود را آماده کنید و با قدم‌های کوچك، راهتان را آغاز کنید. می‌توانید چند ماه یا چند سال به برنامه‌ریزی بپردازید و شروع کار را به تعویق بیندازید. اما یادتان باشد تا زمانی که قدم در راهی نگذارید به مقصدی نخواهید رسید. هیچ زنگ هشداری برای اطلاع‌رسانی این که امروز روزی است که منتظرش بودید، وجود ندارد. هر چقدر زودتر دست به کار شوید، زودتر به اهداف بلندمدتتان برای ایجاد کسب‌وکار موفق و باثبات دست خواهید یافت.

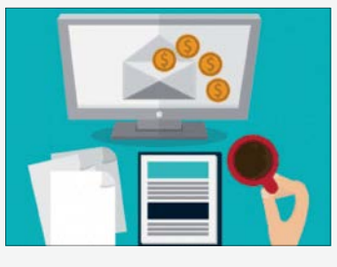
۲ باید قدرت ریسك‌پذیری زیادی داشته باشید

به‌طور کلی کارآفرینی همواره به‌عنوان شغلی با ریسك بالا در نظر گرفته می‌شود. با این حال بر خلاف تصور عموم مردم، اکثر کارآفرینان موفق به گونه‌ای در کارشان تصمیم‌گیری می‌کنند که میزان خطرپذیری را به حداقل ممکن برسانند. به عنوان مثال ریچارد برانسون که از کارآفرینان بسیار موفق انگلیسی است در یادداشت‌هایش در مورد کاهش خطرپذیری می‌نویسد: زمانی که می‌خواستیم شرکت هواپیمایی ویرجین آتلانتیك را راه‌اندازی کنیم، تنها روشی که توانستم شریك کاری‌ام را برای این کار راضی کنم، این بود که بتوانم شرکت هواپیماسازی بوئینگ را متقاعد کنم که اگر پس از یك سال اوضاع به آن صورتی که تصور می‌کردیم پیش نرفت، هواپیمای ۷۴۷ که خریداری کردیم را پس بگیرد! تا امروز که مجموعه ما به هلدینگ بسیار بزرگی تبدیل شده است، برای هر مشکلی همیشه به دنبال راه خلاقانه‌ای بودیم که بتواند احتمال شکست را به حداقل میزان ممکن برساند. کارآفرینان موفق همیشه برای هر اقدام جدیدی برنامه حساب‌شده‌ای برای آموختن و بررسی کردن دنبال می‌کنند و قدم‌هایشان را حساب شده برمی‌دارند تا میزان خطرپذیری حداقلی و آگاهانه‌ای داشته باشند.

۳ باید همه‌چیزدان باشید

کارآفرینان واقعی همیشه تشنه یادگیری هستند. آنها از خلق کردن، بهبود بخشیدن و جلو راندن موانع لذت می‌برند. لیز ویسمن یکی از نویسندگان معروف کتاب‌های موفقیت در کسب‌وکار در یکی از کتاب‌های پرفروشش می‌پرسد: آیا این امکان وجود دارد که زمانی که ما برای اولین بار کاری را که در آن تجربه‌ای نداریم به بهترین حالتی که می‌توانیم آن را انجام دهیم؟ جواب این پرسش مثبت است. در واقع ما هر زمانی که کاری را با فکر درست و آمادگی ذهنی انجام دهیم می‌توانیم از پس آن بربیاییم. در این جریان پرسرعت پیشرفت هر روزه فناوری روبه‌رو شدن با مسائل جدید و ناشناخته امری اجتناب ناپذیر است. در حقیقت این مهم نیست که چه چیزهایی می‌دانید، مهم این است که با چه سرعتی می‌توانید بیاموزید و از جریان جا نمانید.

۴ بهتر است همه کارها را خودتان انجام دهید



شاید زمانی که در ابتدای شروع راه که هنوز کسب‌وکارتان وسعت زیادی پیدا نکرده هم کارهای اداری را انجام دهید، هم تولید محصول را به عهده داشته باشید و هم برای آن بازاریابی کنید. اما به مرور که کمی کسب‌وکارتان به جریان بیفتد، وقتتان ارزش بیشتری خواهد داشت و باید آن را صرف تمرکز بر کار کنید تا بتوانید همگام با سایرین در جریان فناوری حرکت کنید. از طرفی پس از مدتی توان شما برای پاسخگویی به همه امور کافی نخواهد بود. البته باید توجه داشته باشید که حالت افراطی عکس این وضعیت نیز می‌تواند به شما آسیب برساند. برخی افراد تصور می‌کنند که می‌توانند بدون هیچ دانش و امکاناتی کسب‌وکاری راه بیندازند و همه امور آن را برون‌سپاری کنند. اما این تصور که می‌توانید همه کارها را به بقیه بسپارید و خودتان در گوشه‌ای با آرامش پول روی پول بگذارید از اساس اشتباه است. در بهترین حالت اگر بتوانید شرکت مناسبی که خدمات با کیفیتی ارائه می‌کند برای برون‌سپاری پیدا کنید، به احتمال زیاد در شروع کسب‌وکار آنقدر سرمایه ندارید که از پس هزینه‌های بالایش بربیایید. اگر هم بخواهید سراغ افراد کم‌تجربه‌تری که قیمت پایین‌تری دریافت می‌کنند بروید، احتمالا کار با کیفیتی دریافت نمی‌کنید، در نتیجه محصول باکیفیتی هم وارد بازار نمی‌کنید و به‌زودی شکست می‌خورید. بنابراین باید بتوانید بین این دو حالت تعادلی در جهت بازده بیشتر کسب‌وکارتان برقرار کنید.

۵ به طرح کسب و کار نیاز دارید

آیا حتما باید پیش از شروع کسب‌وکار، طرح مدون و دقیقی برایش آماده کرده باشید؟ نه الزاما! ویلیام بیگریو، استاد کالج بابسان، در مورد این که آیا نوشتن طرح کسب‌وکار پیش از راه‌اندازی آن می‌تواند بر روند پیشروی آن تأثیرگذار باشد، پژوهشی انجام داد. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که عملکرد کسب‌وکار جدیدی که طرح کسب‌وکار نداشته باشد تفاوت معناداری با کسب‌وکاری که بر اساس طرح کسب‌وکار راه‌اندازی شده است، ندارد. در تحقیق دیگری گروهی از پژوهشگران با صدها کارآفرین موفق در سراسر جهان مصاحبه کردند تا رمز موفقیت‌شان را به‌دست آورند. در نتیجه این نظرسنجی مشخص شد ۷۰ درصد کارآفرینانی که کسب‌وکارشان با موفقیت تثبیت شده است، در ابتدا طرح کسب‌وکاری ننوشته بودند. بیشتر کارآفرینان موفق زمان کمتری صرف برنامه‌ریزی می‌کنند و بیشتر وقت و تمرکزشان را برای انجام کار صرف می‌کنند.

۶ موفق‌ها با کسی کاری ندارند

گرچه دنیای کسب‌وکار بسیار پررقابت است، اما به همان اندازه تعامل نیز نیاز دارد. برخی کارآفرینان تازه‌کار تصور می‌کنند دانش فنی کافی برای موفقیت را دارند و خود را از تعامل با دیگران، آموختن موارد جدید و گسترش ارتباطات با شبکه کسب‌وکار محروم می‌کنند. اما برای این که بتوانید محصول و خدماتتان را گسترش دهید قطعا به ایده‌ها و نظرات جدید نیاز خواهید داشت. به‌عنوان مثال مربیان یا همان منتورهای کسب‌وکار می‌توانند اطلاعات بسیار ارزشمندی در اختیارتان قرار دهند و به افزایش اشتیاق و تحکیم اراده برای موفقیت کمك کنند. شرکت در کنفرانس‌ها، نشست‌ها و گفت‌وگوهای رو در رو با فعالان حوزه کسب‌وکار می‌تواند کمك شایانی به شناختن نقاط ضعف کسب‌وکارتان و یافتن پاسخ سوالاتی که در ذهن دارید، کند. کارآفرینان هوشمند به تمام بازخوردهای مشتریان توجه می‌کنند و در رویدادهای حوزه فعالیتشان حضور فعال دارند. در ارتباط و در معرض بودن به شخصیت‌سازی کسب‌وکارتان کمك می‌کند و به این ترتیب می‌توانید جایگاه خود را در حوزه فعالیت‌تان تثبیت کنید.

> بر خلاف تصور عموم مردم، اکثر کارآفرینان موفق به گونه‌ای در کارشان تصمیم‌گیری می‌کنند که میزان خطرپذیری را به حداقل ممکن برسانند

۷ فقط برخی افراد برای کارآفرینی ساخته شده‌اند

شاید زمانی که به کارآفرینان و صاحبان شرکت‌های نوپای جدید فکر می‌کنید، تصویری از مردی بسیار جوان و تحصیلکرده، بسیار باهوش و عینکی در ذهنتان نقش ببندد. اما این فقط بر اثر تصویرهایی است که معمولا در تصاویر تبلیغاتی در فضای مجازی یا مقالات در مورد کارآفرینان دیده‌ایم. اما در حقیقت هر فردی که ایده خوب و منابع حداقلی و اشتیاق کافی برای راه‌اندازی کسب‌وکاری داشته باشد، فارغ از جنسیت و سن‌وسالش می‌تواند کارآفرین موفقی شود. براساس نتایج تحقیقی که دو سال پیش در آمریکا انجام شده بود، نزدیك به یك چهارم کارآفرینان بین ۵۵ تا ۶۴ سال داشتند که تقریبا برابر با جمعیت کارآفرینان ۲۰ تا ۲۴ سال بود. در پژوهشی دیگر نیز ۳۱ درصد افرادی که کسب‌وکاری را به تنهایی راه‌اندازی کرده بودند، خانم بودند. بنابراین این تصور که همه کارآفرینان ویژگی‌های یکسانی دارند، کاملا اشتباه است. درست است که برخی ویژگی‌های شخصیتی می‌توانند به هدایت بهتر گروه و پیگیری و دستیابی به اهداف موثر باشند، اما این به این معنا نیست اگر یکی از شاخصه‌هایی را که در ذهنتان از کارآفرینان وجود دارد نداشته باشید، نمی‌توانید کسب‌وکار خودتان را راه‌اندازی کنید و در آن موفق شوید.

۸ به بودجه کلانی نیاز دارید

هر کسب‌وکاری الزاما به مقادیر زیادی سرمایه یا سرمایه‌گذار بزرگ نیاز ندارد. به عقیده برخی کارشناسان، استفاده از سرمایه شخصی آسان‌ترین روش برای راه‌اندازی کسب‌وکار است. در این حالت نیازی ندارید که سرمایه‌گذاران را در مورد مزایای ایده خود قانع کنید، فقط کافی است خود را برای شروع کار قانع کنید. اگر بخواهید از امکاناتی فراتر از امکانات موجودتان بهره ببرید، قطعا راه‌های بی‌شماری وجود دارد. انکوباتورها و شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار برنامه‌های مشخص و دقیقی برای کمك به استارت‌آپ‌ها و تأمین هزینه‌های مورد نیاز اولیه‌شان دارند. استفاده از کمك‌های صندوق شکوفایی و نوآوری و صندوق‌های پژوهش و فناوری نیز روش دیگری برای تأمین سرمایه اولیه مورد نیاز خواهد بود. استفاده از تسهیلات و وام‌های بانکی و سایر روش‌های جذب سرمایه نیز می‌تواند برای افزایش سرمایه اولیه به شما کمك کند.

۹ با پشتکار همه‌چیز دست‌یافتنی است

گاهی اوقات بهترین ایده‌ها هر قدر هم که تلاش کنید، موفق نمی‌شود. گاهی اوقات شرایط موجود که تحت اختیار نیستند می‌توانند کسب‌وکارتان را تحت تأثیر قرار دهند. مشکلات بازار، رقیبان قدرتمند و ... می‌توانند کسب‌وکارهای نوپا را از دور خارج کنند. اشتباه‌های ابتدای مسیر نیز گاهی ممکن است بر روند ادامه کسب‌وکارتان تأثیر بگذارد. برای مثال اگر کاری را بدون تحقیق و بررسی‌های لازم بدون مطالعه آغاز کنید، ممکن است برآوردهای اشتباهی از بازار هدفتان به دست بیاورید. اگرچه تلاش مداوم و خستگی‌ناپذیری از ویژگی‌های لازم و ضروری کارآفرینی است، اما در برخی شرایط می‌تواند مانع دیدن حقیقت شود و زمانی که واقعا کسب‌وکارتان به بن‌بست رسیده است، بی‌دلیل زمان، انرژی و هزینه خود را برای دست‌وپا زدن بی‌نتیجه هدر می‌دهید. دید مثبت داشتن و برنامه‌ریزی برای موفقیت بسیار ضروری و در عین حال شیرین است. اما باید همیشه توجهی هم به طرف بد ماجرا داشت؛ این که چه شواهدی در کسب‌وکارتان نشانه شکست و پایان ماجراست.

> گرچه دنیای کسب‌وکار بسیار پررقابت است اما به همان اندازه تعامل نیز نیاز دارد. برخی کارآفرینان تازه‌کار تصور می‌کنند دانش فنی کافی برای موفقیت را دارند و خود را از تعامل با دیگران محروم می‌کنند

۱۰ اعضای خانواده و دوستانتان می‌توانند نیروی انسانی کسب‌وکارتان باشند

معمولا اکثر کارآفرینان در زمان‌هایی به فکر استخدام یا در بسیاری از موارد استفاده رایگان از توانایی‌های خانواده و دوستانشان می‌افتند. دلیل این طرز فکر روشن است. شما نزدیکانتان را به‌خوبی می‌شناسید و بیشتر از هر فرد غریبه‌ای به آنها اعتماد دارید و با توانایی‌هایشان آشنایی دارید. اما به عقیده کارشناسان حوزه کسب‌وکار، حساب کردن روی توانایی‌های آشنایان و دوستان حداقل به دو دلیل مهم کار مناسبی نخواهد بود. اول این که بیشتر کارآفرینان تازه‌کار تجربه و مهارت کافی برای نحوه همکاری با اعضای خانواده و دوستان را بلد نیستند. محیط کار بسیار متفاوت از روابط دوستانه یا خانوادگی است و مسائل کاری به‌راحتی می‌تواند بر روابطتان تأثیرگذار باشد. دلیل دوم این که معمولا نزدیکان یا خودشان پولی دریافت نمی‌کنند یا شما به دلیل کمبود منابع مالی ترجیح می‌دهید از خدماتشان به‌صورت رایگان استفاده کنید که در هر دو حالت، هم ارزش کار آنها در نظر شما کم می‌شود و هم خودشان انگیزه کافی برای صرف تمام توان انرژی‌شان در کسب‌وکارتان را نخواهند داشت.

در مسیر موفقیت

۲ فرمول موفقیت اوبر

نگین یشمی
جام‌جم

ممکن است با اوبر آشنایی نداشته باشید اما محصولات شبیه آن (با همان مدل کسب‌وکاری) در ایران فراوان است. اوبر الگوی تاکسی‌های اینترنتی در سراسر جهان محسوب می‌شود. محصولاتی که شما با نصب یك نرم‌افزار روی گوشی تلفن همراه هوشمند می‌توانید هر جا و هر زمانی نزدیك‌ترین تاکسی به خودتان را انتخاب کرده و با هزینه‌ای بسیار کمتر از آژانس و تاکسی‌های معمولی، به مقصد مورد نظرتان بروید. مدل کسب‌وکار اوبر به‌گونه‌ای است که نگهداری از تاکسی‌ها برایش هزینه‌ای ندارد (چون راننده‌ها از خودروی شخصی‌شان استفاده می‌کنند) و صرفا آنها را به کاربرانی که قصد جابه‌جایی دارند معرفی می‌کند. کاهش هزینه نگهداری و همچنین حذف هزینه بازگشت خودرو به دفتر آژانس بدون مسافر و دریافت کمیسیون از هر سفر، باعث شده راه‌اندازی چنین کسب‌وکارهایی سودده بوده و رشد قابل توجهی در همه جای دنیا داشته باشد. از سال ۱۳۸۹/ ۲۰۱۰ که اوبر را تراویس کالانیك و گرت کمپ در سانفرانسیسکو راه‌اندازی کردند تا امروز در بیشتر از ۶۳۳ شهر فعال شده است و بیش از ۵۰ میلیون کاربر از خدمات آن استفاده می‌کنند. در سال ۱۳۹۶/ ۲۰۱۷ دارا خسروشاهی، مدیرعامل این شرکت نوپا شد. برای شناخت دلایل موفقیت اوبر، می‌توان موارد زیر را عنوان کرد:

کاربرمحوری و حل مشکلات کاربری

استفاده از اوبر آسان است. در اوبر لازم نیست برای یافتن خودرو مراحل پیچیده‌ای طی شود. تعداد خودروهای در دسترس کاملا مشخص هستند. قیمت نهایی سفر، حذف مشکلات پرداخت وجه (پرداخت آنلاین یا از کیف‌پول یا کارت اعتباری)، تبدیل آنلاین واحد پولی (مثلا در مسکو می‌توان هزینه را به روبل پرداخت و در لندن به پوند) و امنیت سفر (امکان به اشتراك‌گذاری سفر و اطلاعات راننده) از دلایل محبوبیت این محصول هستند. مشخص بودن زمان انتظار برای رسیدن تاکسی یکی دیگر از جذابیت‌های اوبر است. اوبر سرویس‌های مختلفی را براساس نیاز و خواسته مشتریان توسعه داده است؛ مثلا سرویس اوبر بلك، خودروی لیموزین به‌دنبال مسافران می‌فرستد و سرویس اوبر ایکس‌ال برای مسافران بیشتر از چهار نفر است و خودروی ون ارسال می‌کند. این تمرکز بر نیازهای کاربران باعث شده اوبر تبدیل به محصول محبوبی برای آنها شود.

سودآوری برای همه

اوبر اصطلاحا یك بازارگاه (Market Place) موفق است که برای راننده و مسافر سودآور است. راننده لازم نیست به‌عنوان شغلی تمام‌وقت در اوبر کار کند. مدیریت زمان بر عهده خودش است و می‌تواند برنامه کاری‌اش را شخصا تنظیم کند. درآمد اوبر به عنوان کمك‌خرجی برای او خواهد بود و می‌تواند به عنوان کار دوم و سوم به آن نگاه کند. برای مسافر نیز این محصول سودآور است چون به‌جای پرداخت هزینه بیشتر، از اوبر استفاده می‌کند و هزینه کمتری در کنار امکانات بیشتر می‌پردازد. در هر جایی امکان استفاده از اوبر وجود دارد. در ساعاتی از روز که تعداد مسافر کمتر است یا خدمات‌رسانی ساده‌تر، قیمت‌ها بین ۲۵ تا ۵۰ درصد کاهش می‌یابد.