

آزمایشگاه همراه، ایده‌ای برای پایش سلامت افراد

مهندسان دانشگاه «روتگرز» به سرپرستی مهدی جوانمرد یک حسگر زیستی طراحی کرده‌اند به نام «آزمایشگاه روی تراشه». این دستگاه قابل حمل با دست است و به صورت وسیله‌ای پوشیدنی می‌توان از آن استفاده کرد. گفته می‌شود این دستگاه وضعیت سلامت شما را پایش می‌کند و در صورتی که در معرض باکتری‌ها، ویروس‌ها یا آلاینده‌های خطرناک قرار بگیرد به شما هشدار می‌دهد. جوانمرد، استادیار دانشکده مهندسی الکترونیک و کامپیوتر دانشگاه روتگرز می‌گوید: «این تکنولوژی در زمینه پزشکی فردی با پایش سلامتی توسط خود فرد از اهمیت زیادی برخوردار است و به ما امکان می‌دهد آزمایشگاه‌هایی واقعی روی تراشه داشته باشیم.»

یکشنبه ● ۲۸ خرداد ۱۳۹۶ ● شماره صد و هفت

۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹

آزمایشگاه

می‌توانیم از صفر شروع کنیم

گفتگو با رضا خلیج، کار آفرین برتر فناوری اطلاعات در سال ۹۵

شکست برای ما پایان کار نبود!



پیدا کردیم که الان بعد از ۵ سال به صورت خیلی گسترده‌تر از قبل با آنها قرارداد می‌بندیم. خدا گر حکمت ببندد دری، ز رحمت گشاید در دیگری.»

■ **مداومت در کسب‌وکار**

مشکلات زیادی سر راه یک شرکت تازه‌تاسیس وجود دارد. خلیج این فراز و نشیب‌ها را قبول دارد: «از بیمه و مالیات گرفته تا قانع کردن همسایه‌ها برای استفاده از واحد مسکونی برای کار اداری، هر کدام دنیایی از مشکلات است. اما مهم‌ترین مشکل پیدا کردن مشتری برای محصول و خدمتی است که ارائه می‌شود. رقابت با شرکت‌هایی که چندین سال تجربه دارند کار ساده‌ای نیست. شاید بشود گفت توکل به خدا و پشتکار راهکار حل مشکلات است.»

از نگاه او مهم‌ترین ویژگی یک کارآفرین موفق، استقامت و ناامید نشدن از شکست‌هاست: «اگر به سرگذشت افراد موفق توجه کنیم، قبل از موفقیت، تجربه‌های ناموفق زیادی داشته‌اند ولی

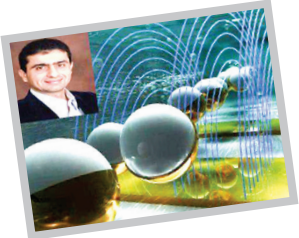
پیش‌بینی

از بیمه و مالیات گرفته تا قانع کردن همسایه‌ها برای استفاده از واحد مسکونی برای کار اداری، هر کدام دنیایی از مشکلات است. اما مهم‌ترین مشکل پیدا کردن مشتری برای محصول و خدمتی است که ارائه می‌شود. رقابت با شرکت‌هایی که چندین سال تجربه دارند کار ساده‌ای نیست. شاید بشود گفت توکل به خدا و پشتکار راهکار حل مشکلات است.

ما معمولاً به آن تجربیات ناموفق توجه نمی‌کنیم و فقط تجربه موفق است که نظر ما را جلب می‌کند. ادیسون هزار تلاش ناموفق برای اختراع لامپ داشت. گوگل، یاهو و سایر شرکت‌ها هر سال پروژه‌های متعددی را آغاز می‌کنند ولی لزوماً همه آن پروژه‌ها موفق نیستند. به نظر من مداومت در کسب‌وکار مهم‌ترین ویژگی است. ویژگی‌هایی مثل ریسک‌پذیری، مثبت‌اندیشی و تلاش بسیار هم باید در کنار آن وجود داشته باشد.»

■ **شریک تجاری خوب پیدا کنید**

وقتی صحبت از کسب‌وکار موفق می‌شود از پنج دستورالعملی می‌گویند که خودش همواره به آنها پایبند بوده: «اول اینکه از شکست ناامید نشوید. دوم تلاش کنید یک شریک تجاری خوب پیدا کنید. برخی مواقع اختلاف‌نظرها با شریکی که دارید، ممکن است شما را ناامید کند اما باید کسی را پیدا کنید که بشود مشکلات را با او تقسیم کرد، چون ادامه راه تنها و بدون



کتیو | ۰۹



حیثیت، کسوت کاسب و ماجرای برندسازی

«می‌گفت پدرم آن روز برای نهایی کردن یک معامله تجاری پول لازم داشت، ولی وقتی یکی از کارگران قدیمی بازار سراغش آمد و از او کمک مالی خواست، با روی خوش پذیرفت و نیازش را برطرف کرد. من که درواقع مانند کارآموز آن روزها کنارش بودم جرئت کردم و لب به انتقاد گشودم که چرا وقتی خودتان برای معامله به پول نیاز دارید، بخشی از داشته‌تان را در اختیار دیگری می‌گذارید؟ پدرم که بازاری معتبر و صاحب‌نامی بود در پاسخ گفت جدّاً از جنبه انسانی، رد کردن این تقاضا به معنای انتشار خبر بی‌پولی است و این برای حیثیت و کسوت شغلی من مناسب نیست.» این‌ها بخشی از خاطره‌ای است که یکی از اساتید در دوران تحصیل با رگو می‌کرد.

این‌گونه خاطرات که از صاحبان قدیمی‌تر کسب‌وکارها شنیده می‌شود و همچنان هم نمونه‌های زیادی از آنها را می‌توان یافت، امروز در آموزش‌های تجاری با عنوانی جدید بیان می‌شوند اما روح ماجرا همچنان همان است که بوده. عنوانی همچون برندسازی و حفظ اعتبار برند (نشان تجاری) ازجمله مواردی است که تا همین چند سال پیش با نام حیثیت و کسوت کسب و کاسب از آن یاد می‌شد. درحقیقت امروز در موارد بسیاری اعتبار و درجه اعتمادی که یک نشان تجاری به خود اختصاص می‌دهد بسیار مهم‌تر از داشته‌های سخت‌افزاری آن نشان تجاری است. در دنیای تجارت امروز، موفقیت یک کسب‌وکار در بر ساختن نشان خود به‌عنوان نمادی شناخته‌شده و جلب توجه و اعتماد به آن نشان، به‌منزله باز شدن دروازه‌های موفقیت به روی آن کسب‌وکار است. موضوع بر ساختن و کسب‌پذیرش عمومی برای یک نشان یکی از نخستین و مهم‌ترین گام‌هایی است که صاحبان کسب‌وکارها برای فرارفتن از راه‌اندازی اولیه به آن احتیاج دارند. در کمال ناباوری دیده می‌شود که برخی کارآفرینان و یا صاحبان مشاغل در این زمینه مرتکب بی‌توجهی فراوانی می‌شوند. این در حالی است که برخی از کسب‌وکارها با توسل به شیوه‌های نامناسب و کم‌اثر سنتی‌تر در تلاش برای غلبه بر این نیاز هستند که نتیجه مورد نظر را برآورده نخواهد ساخت. شایسته است در این زمینه توجه کنیم که پیگیری و تلاش برای بر ساختن نشان تجاری ارتباطی به اندازه عرصه جغرافیایی فعالیت و نوع کسب‌وکار ندارد. فارغ از اینکه کسب‌وکار مربوطه در عرصه محدود یک محله اجرامی شود یا در گستره جهانی، هر تلاش ستجیده و هدفمند در این زمینه گامی به پیش است. شاید امروز در بسیاری از شهرها، به‌ویژه مناطق گردشگری نام‌هایی چون اکبرچوجه و نایب برای غذاها و اکبرمشتی برای بستنی، یا عمه‌لیلا برای سمنو به گوش برسند، گرچه همه ما می‌دانیم که در پشت‌صحنه بسیاری از آنها شاید نه از اکبر خبری باشد و نه از عمه‌لیلا اما همین نام‌های محلی برخی محصولات خاص غذایی از چنان شهرت است، اعتباری برخوردار شده‌اند که بسیاری را به سودای کسب سود بیشتر، برای انتساب به این نام‌ها به تلاش واداشته است. این نمونه‌ها نشان می‌دهد کسب اعتبار و جلب اعتماد چه ارزشی ایجاد می‌کند. و بر ساختن آن در هر زمینه‌ای ممکن است. صاحبان کسب‌وکارها باید به چنین مواردی نیز توجه کنند و حتی اگر انگیزه و برنامه‌ای برای توسعه جغرافیایی و ایجاد فعالیت خود ندارند، دست‌کم در همان محدوده فعالیت نیز اعتنایی جدی به موضوع بر ساختن نشان و حیثیت و کسوت کسب‌وکار خود داشته باشند.

● **دید نو**

خدمات ابری چیست؟

صرف‌نظر از قوانین و بسترهای حقوقی، امروز دانش فنی و تجهیزات در مسیر استفاده اشتراکی از کسب‌وکارهاست. این نوع بهره‌برداری اشتراکی از منابع، که از سال‌ها پیش به شکل استفاده از فضاهای اداری مشترک شروع شده بود، امروز به شکلی بسیار گسترده‌در باره‌بخش عمده‌ترساخت‌ها مورد توجه است. شرکت‌هایی که از ساختمان اداری، کارکنان بخش‌های خدماتی، تجهیزات، و پشتیبانی فنی در قالب اشتراکی استفاده می‌کنند امروز با پیشنهادهای وسوسه‌انگیزی برای استفاده از برخی خدمات دیگر از جمله نرم‌افزارهای کاربردی در فضاهای اشتراکی مواجه می‌شوند. کسب‌وکارها با مفهومی به نام خدمات ابری مواجه‌اند که به معنای بهره‌برداری از امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری بدون دسترسی مستقیم و بر بستر ارتباط اینترنتی است. این بستر جدید اجازه می‌دهد با کمترین هزینه و تنها در زمان نیاز به امکاناتی دسترسی داشته باشیم که در شرایط عادی برای تأمین آنها به صورت اختصاصی نیازمند پرداخت هزینه‌های هنگفتی هستیم. کسب‌وکارهای امروزی کشور ما تا چه اندازه آماده سازگاری با این شیوه هستند؟



بسیار متفاوت بود که داشت. او در میانسالی به دانشگاه برگشت و در رشته اپیدومیولوژی درجه کارشناسی ارشد را کسب کرد. درواقع او هر کاری را که اراده می‌کرد انجام می‌داد، حتی زمانی که دیگران او را دیوانه فرض می‌کردند. صمیمانه و با تمام وجود خود را درگیر هر طرحی می‌کرد. علاوه بر این، از من و کسب‌وکاری که ایجاد کرده بودم بسیار حمایت می‌کند و حیرت‌انگیزترین مادر بزرگ برای دو فرزند من است.»

برای او حالا خیلی سخت است درباره کارآفرینی خود صحبت کند، اما می‌گوید: «بودن در فهرست ۱۰۰ زن کارآفرین برتر سال در روند کارهایم بسیار الهام‌بخش بوده است.» خانم کربل هنوز خود را در حال یادگیری می‌داند: «به‌تازگی جسیکا هراین را که بنیان‌گذار و مدیر ارشد اجرایی یک شرکت است دیدم که در سمینار رهبری که در آن شرکت کرده بودم حاضر شده بود. کتاب اخیر او را به نام «خود شگفت‌انگیز شما» خریدم و چنان از مطالعه آن لذت بردم که سه نسخه دیگر از آن خریدم و به دوستان نزدیکم هدیه دادم. به آنها گفتم باید این کتاب را بخوانند و اگر آن را مفید دانستند، آن را به دیگران هم بدهند.»

منبع: Profitguide.com و shopify.com



برخی نام‌ها در دنیای کسب‌وکارهای موفق امروزی بسیار شنیده می‌شوند و بسیاری از آنها نیز مربوط به حوزه‌های فناوری‌های جدید به‌ویژه رایانه‌هاست. اما جستجو در فهرست کسب‌وکارها نه محدود به حوزه فناوری نوین و نه منحصر به صاحبان نام‌های تجاری بزرگ است. فهرست کارآفرینان برتر جهانی که هرساله منتشر می‌شود نام زنان و مردانی را در سنین مختلف و با تحصیلات و توانایی‌های گوناگونی نشان می‌دهد که با پیگیری برنامه‌ها و تلاش مستمر به‌عنوان کارآفرین موفق معرفی شده‌اند. آلیسا کربل یکی از زنان کارآفرین است که خیلی زود و در سال ۲۰۰۷ میلادی در حالی که ۲۰ سال داشت وارد کسب‌وکار شد.

او که به‌تازگی مادر شده بود در تلاش برای برطرف کردن نیازمندی‌های اولیه نوزادان بود با راه‌حل‌هایی ساده، با کیفیت مناسب و بی‌ضرر، همین نیاز او را به فکر ایجاد