



انجمن علمی دانشجویی
فناوری های نوین توانبخشی



نشریه

ریاضیات





نشریه ریمپلیتک

سر دبیر:

نادیا عرب احمدی

مدیر مسئول:

افشین نعمتی

صاحب امتیاز:

انجمن علمی دانشجویی

فناوری های نوین توانبخشی

همساز:

سخن سر دبیر

ثبت اختراع

توانبخشی راه دور

تست مامان

مصاحبه دکتر طباطبائی

استارت آپ

وسایل کمکی

اقدامات انجمن

مصاحبه مرکز رشد

سخن پایانی

همکاران این شماره:

افشین نعمتی

نادیا عرب احمدی

شهرزاد سادات تقوی

مپسارحیمی

زهرا جعفری

آیناز جباری

زهرا حسینی



سخن سردبیر

به نام خدا

سلام خدمت همه ی عزیزانی که وقتشون رو گذاشتن برای خوندن این نشریه
این دومین شماره از نشریه انجمن فناوری های نوین توانبخشیه که با عنوان ریهیالیتک منتشر میشه
امیدوارم مطالب درج شده در این شماره برای شما عزیزان مفید باشه...
درضمن ما همچنان آماده ی حمایت از ایده های شما رفقای خلاق هستیم.
ممنون بابت توجهتون

هر که رنجی برد، گنجش شد پدید
هر که جدی کرد، بر جودی رسید
چون گرانی ها اساس راحت است
تلخ ها هم پیشوای نعمت است
هر که در قصری قرین دولتی است
آن، جزای کارزار و محنتی است

ایام به کام
نادیا عرب احمدی
سردبیر نشریه ریهیالیتک





افشین نعمتی

کارشناسی کاردرمانی



اختراع آموزش ثبت

مدارک مورد نیاز برای ثبت اختراع

- پیش از ثبت اظهارنامه‌ی اختراع باید تصویر مدرک هویتی اشخاص حقیقی (شناسنامه و کارت ملی) و تصویر مدارک لازم برای اشخاص حقوقی (وکالت‌نامه، آگهی روزنامه رسمی و...) و ضمائم مورد نیاز اظهار نامه تهیه شوند. ضمائم اظهارنامه عبارت‌اند از:

۱- توصیف اختراع

همان‌طور که گفتیم حق اختراع، قراردادی دو جانبه است که میان دولت و قوه‌ی حاکمه، و مخترع بسته می‌شود. طی این قرارداد فرد مخترع باید جزئیات کامل اختراع و کمکی که به توسعه‌ی صنعت و تکنولوژی کشور می‌کند را افشا کرده که در قبال آن حق انحصاری معمولاً ۲۰ ساله دریافت می‌کند. جزئیات اختراع باید به اندازه‌ای دقیق باشد که توسط فردی با مهارت‌های عادی فنی در آن زمینه قابل بازسازی باشد. قالب خام توصیف اختراع و قالب راهنمای توصیف اختراع در سایت ثبت اسناد و املاک کشور برای دانلود قرار داده شده است. جزئیات توصیف اختراع عبارت‌اند از:

عنوان اختراع (به گونه‌ای که در اظهارنامه ذکر گردیده است)

عنوان اختراع باید ترجیحاً بین ۳ تا ۱۰ کلمه باشد.

زمینه‌ی فنی اختراع مربوط

نوآوری تکنیکی و زمینه‌ی فنی

اختراعات ممکن است به یکی از شاخه‌های مکانیک، الکترونیک، شیمی، متالوژی، برق، سلاح‌ها، فیزیک، بیوتکنولوژی، مواد زیستی، شیمی آلی، فناوری اطلاعات، کشاورزی و... مربوط باشد که باید توسط متقاضی بیان شود.

مشکل فنی و بیان اهداف اختراع

به طور کلی اختراعات، راه‌حل‌های نوآورانه‌ای هستند که به منظور حل مشکلات فنی در صنعت ارائه می‌شوند. مخترع در این قسمت باید مشکل فنی و اهداف اختراع را توضیح دهد.

شرح وضعیت دانش پیشین و سابقه پیشرفت‌هایی که در ارتباط با اختراع وجود دارد

دانش پایه و فناوری‌های نوینی که در زمینه‌ی ایجاد اختراع نقش داشته‌اند و همچنین سابقه‌ی پیشرفت‌هایی که در رابطه با اختراع وجود دارد در این قسمت باید ذکر شود.

دانش موجود

دانش موجود باید به شکلی از طرف مخترع بیان شود که هر شخص دارای مهارت فنی عادی بتواند اختراع مورد نظر را بسازد. شرح اختراع باید دقیق، کافی و به طور یکپارچه بیان شود.

توضیح اشکال، نقشه و نمودارها

گواهینامه‌ی اختراع قراردادی دو جانبه است که بعد از شرح اختراع میان مخترع و دولت و قوه‌ی حاکمه به منظور حمایت از حقوق مادی و معنوی بسته می‌شود.

اختراع، محصول جدیدی است که در نتیجه‌ی فکر فرد یا افراد مخترع، و به منظور حل مشکل یک صنعت خاص ارائه می‌شود. البته هر ایده و فکری قابل ثبت نیست، اختراعاتی قابل ثبت هستند که ابتکار جدید داشته و در صنعت قابل استفاده باشند. ابتکار جدید همان ایده یا فکری است که پیش از این در صنعت مورد نظر مطرح نشده باشد و برای افراد دارای مهارت عادی در این صنعت معلوم و آشکار نباشد. همچنین همه‌ی اختراعات کاربردی نیستند. اختراع کاربردی، اختراعی است که در رشته‌ای از صنعت قابل ساخت و استفاده باشد.

فرد یا افرادی که چنین محصولی تولید کرده باشند می‌توانند برای ثبت اختراع یا دریافت گواهینامه‌ی اختراع درخواست دهند. گواهینامه‌ی اختراع سندی است که توسط اداره‌ی مالکیت صنعتی و به منظور حمایت از اختراع صادر می‌شود. درواقع حق اختراع، قراردادی دو جانبه است که میان دولت و قوه‌ی حاکمه و مخترع بسته می‌شود. دارنده‌ی این گواهینامه می‌تواند از حقوق انحصاری بهره‌مند شود. در ادامه‌ی این مقاله‌ی زومیت به بررسی بیشتر موارد خارج از حمایت قانون ثبت اختراع، مدارک و مراحل لازم، برای دریافت گواهینامه‌ی اختراع می‌پردازیم.

مواردی که از حیطه‌ی حمایت از اختراع خارج هستند

مواردی که پیش از این در فنون و صنایع پیش‌بینی شده باشند یعنی در هر نقطه از جهان از طریق انتشار کتبی یا شفاهی افشا شده باشند. (در صورتی که افشا اختراع ۶ ماه پیش از تاریخ تقاضا یا تاریخ حق تقدم باشد مانعی برای ثبت وجود ندارد.)

اختراعات خلاف موازین شرعی یا نظم عمومی و اخلاق حسنه

نظریه‌های علمی، روش‌های ریاضی و آثار هنری

روش‌های انجام کار تجاری و فعالیت‌های ذهنی و اجتماعی

روش تشخیص و درمان بیماری‌های انسان و حیوانات

منابع ژنتیک و فرآیندهای بیولوژیک





مقصود اختراع (OBJECT OF THE INVENTION)

برجستگی های تکنیکی اختراع (FEATURES OF THE INVENTION)

زمینه فنی اظهارنامه اختراع (FIELD OF APPLICATION)

پیشنهاد جایگزین (چاره دیگر) در صورت وجود

(ALTERNATIVE IF APPROPRIATE)

مثال ها و یا نقشه ها در صورت وجود

همچنین طبق ماده ی ۱۳ برای نوشتن خلاصه ی اختراع موارد زیر باید رعایت شود:

عنوان اختراع (خلاصه ی اختراع باید با عنوان شروع شود)

زمینه فنی اختراع (به منظور جستجو در سوابق اختراع)

مشکل فنی (توضیح اجمالی در مورد راه حل و کاربردهای اصلی اختراع)

فرمول های شیمیایی یا معادلات ریاضی (در صورت لزوم و برای شرح ویژگی های اختراع)

ارجاع به نقشه (در صورت لزوم بعد از توضیح هر قسمت باید به نقشه ی مربوطه ارجاع داده شود)

تمرکز روی برجستگی های تکنیکی و فنی به جای ذ

کر مزایا و ارزش اختراع

حجم مطالب خلاصه ی اختراع باید بین ۷۰ تا ۲۰۰ کلمه باشد.

۳- ادعا یا ادعاهای اختراع

متقاضی در ادعای اختراع باید قلمرو و محدوده ی حق انحصاری اختراع خود را بیان کند. از دید مالک اختراع، ادعا قلب یک اختراع است و میزان حمایت حقوقی مخترع را بیان می کند. نکات لازم در تنظیم ادعا عبارت اند از:

ادعای اختراع باید صریح بوده و مشروط به تحقق شرایط خاص نباشد زیرا در صورت عدم شفافیت امکان سوء استفاده و نقض حقوق در آینده وجود دارد.

در ادعای اختراع نباید اطلاعات مرتبط با توصیف اختراع ذکر شود.

تعداد ادعاهای اختراع باید معقول و متناسب باشد. در برخی کشورها با بالا رفتن تعداد ادعاها، هزینه ی بررسی نیز افزایش پیدا می کند.

متقاضی باید طوری توسط اشکال، نقشه و نمودارها اختراع را توصیف کند که یک متخصص در این زمینه بتواند آن را بسازد.

بیان واضح و دقیق مزایای اختراع نسبت به اختراعات پیشین

مزایای اختراع از مقایسه ی دانش فنی و راه حل های پیشین برای حل مشکل فنی با دانش و راه حل های ابداعی قابل استخراج و فهم است. بیان مزایای اختراع، به ارزیابی تکنولوژی ادعا شده و موفقیت آن در بازار کسب و کار کمک می کند.

توضیح حداقل یک روش اجرایی برای به کارگیری اختراع

در برخی از قوانین ملی کشورها، فرد متقاضی باید بهترین روش اجرایی اختراع را نیز توصیف کند.

ذکر صریح کاربرد صنعتی اختراع

کاربرد یا کاربردهای صنعتی اختراع (زمانی که ماهیت اختراع گویای این امر نباشد) باید در این قسمت ذکر شود. در صورت عدم ذکر صریح کاربرد صنعتی، زمینه ی سوء استفاده برای افراد سودجو و رقبا تسهیل می شود.

۲- خلاصه ای از توصیف اختراع

خلاصه ی توصیف اختراع به کارشناس بررسی کننده ی پرونده کمک می کند در کوتاه ترین زمان ممکن، اطلاعات لازم و مفید، مسائل فنی و راه حل های ارائه شده را به طور مختصر مطالعه کند. خلاصه ی توصیف اختراع در کشورهای مختلف استاندارد خاصی دارد:





- مدارک مثبت هویت متقاضی و مخترع

متقاضیان حقیقی (اشخاص) و حقوقی (شرکت‌ها، دانشگاه‌ها، موسسات و پژوهشگاه‌ها) باید مدارک هویتی خود را ضمیمه اظهارنامه کنند. ارائه‌ی کپی شناسنامه و کارت ملی برای اشخاص حقیقی و آگهی تأسیس شرکت برای شرکت‌ها و مجوزهای ذیصلاح (تأیید موجودیت و هویت) برای انجمن‌های علمی ضروری است.

۶- درخواست کتبی برای عدم ذکر نام مخترع (در صورتی که مخترع نخواهد نامش ذکر شود). طبق قانون جدید، نام مخترع باید در گواهی‌نامه ثبت اختراع ذکر شود مگر اینکه کتباً از اداره مالکیت صنعتی برای عدم ذکر نام درخواست شود.

۷- مدارک مربوط به حق تقدم که باید همزمان با تسلیم اظهارنامه یا نهایتاً ۱۵ روز بعد ارائه شود متقاضیانی که طبق کنوانسیون پاریس و به موجب حق تقدم مقرر در آن، تقاضای حق تقدم در قلمرو سرزمینی یکی از کشورهای عضو کنوانسیون پاریس را داشته باشند، باید این بند را رعایت کنند.

۸- رسید مربوط به پرداخت هزینه‌های قانونی هزینه‌های مربوط به ثبت اختراع باید طبق جدول پیوست آیین‌نامه و به صورت الکترونیکی پرداخت شوند.

۹- مدارک نمایندگی در صورتی که تقاضا توسط نماینده قانونی به عمل آید چنانچه تقاضا توسط نماینده قانونی اعلام شود، مدارک او نیز باید ضمیمه شود.

ویژگی‌ها و مشخصه‌های فنی باید با جملات مثبت بیان شود. تا حد امکان از ارجاع به نقشه و توصیف خودداری شود. بهتر است عباراتی مانند «همان‌طور که در توصیف آمد» و «همان‌طور که در نقشه‌ها نشان داده شد» استفاده نشود تا ادعاها به شکلی شفاف بیان شوند. در صورتی که برای فهم ادعا ارجاع به نقشه ضرورت داشته باشد، صفحه‌ی نقشه و علامت مشخص‌کننده‌ی آن باید در پرانتز ذکر شود.

اطلاعات مربوط به شیوه‌ی اجرا و مزایای اختراع نباید در قسمت ادعا ذکر شوند. این موارد در قسمت توصیف به طور کامل ذکر شده و بیان آن‌ها در این قسمت ضرورتی ندارد.

۴- نقشه یا نقشه‌ها

برای ضمیمه‌ی نقشه‌ها، نمودارها و جداول در اظهارنامه، نکات زیر باید رعایت شوند:

روی کاغذ بادوام و A۴ و با خطوط پررنگ و یک‌دست مشکی (غیررنگی) کشیده شده باشد. همچنین بهتر است برای رسم نقشه از ابزار فنی نقشه‌کشی استفاده شده باشد. حداکثر حاشیه‌ی نقشه باید از بالا ۵٫۲ سانتی‌متر، از چپ ۵٫۱ سانتی‌متر، از راست ۵٫۲ سانتی‌متر و از پایین یک سانتی‌متر باشد.

وضوح و شفافیت نقشه به منظور تکثیر یا تصویربرداری باید بالا باشد تمام عناصر باید مقیاس یکسان داشته باشند.

تا حد امکان بهتر است مدارک و ضمایم اظهارنامه مانند کارت ملی و نقشه‌ها به صورت عمودی در صفحه قرار بگیرند.

اعداد، حروف و نشانه‌ها باید شفاف و خوانا باشند.

مراحل ثبت اختراع

شامل نشانه باشند تا بتوان در توصیف به آن‌ها ارجاع داد

صفحات باید به ترتیب شماره‌گذاری شوند

روی نقشه‌ها (به جز نمودارها و جداول) هیچ توضیحی نباید وجود داشته باشد

در صورت جا نشدن نقشه در یک صفحه، تمامی صفحات علاوه بر شماره باید دارای نشانی مستقل برای تشخیص ارتباط اجزای نقشه باشد.



تسلیم اظهارنامه‌ی اختراع تنها به صورت الکترونیکی بوده و متقاضیان می‌توانند از طریق سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اقدام کنند. پیش از ثبت نام حتماً آخرین نسخه‌ی یکی از مرورگرهای مدرن مانند گوگل کروم، فایرفاکس، سافاری و اینترنت اکسپلورر را نصب کنید تا اختلالی در روند ثبت نام ایجاد نشود. همچنین فراموش نکنید دریافت کد رهگیری به منزله‌ی ثبت اظهارنامه نیست. عملیات ثبت بعد از ضمیمه کردن مدارک مورد نیاز و پرداخت هزینه‌ها و در نهایت بعد از دریافت شماره‌ی اظهارنامه به پایان می‌رسد. افراد متقاضی باید نهایت دقت را در ورود اطلاعات داشته باشند. قبل از ثبت نهایی امکان تغییر اطلاعات اظهارنامه وجود دارد و با کد رهگیری می‌توان اظهارنامه را بازبینی و ویرایش نمود اما بعد از دریافت شماره‌ی اظهارنامه امکان هیچ تغییری مگر از طریق ثبت انواع درخواست وجود نخواهد داشت.

در شماره بعدی با آموزش ثبت اظهارنامه اینترنتی در خدمت شما هستیم.



توانبخش از راه دور برای

سالمندان



زهرا حسینی

کارشناسی کاردرمانی

توانبخشی از راه دور یا بازتوانی از راه دور (Telerehabilitation) عبارت است از ارائه خدمات توانبخشی از طریق شبکه های ارتباطات از راه دور و اینترنت. برخی از زمینه های خدمات توانبخشی از راه دور عبارتند از: روانشناسی اعصاب، آسیب شناسی گفتار و زبان، کاردرمانی، فیزیوتراپی و شنوایی سنجی. توانبخشی از راه دور برای افرادی که به دلیل ناتوانی یا به دلیل کمبود وقت نمی توانند به کلینیک مراجعه نمایند، امکان دریافت خدمت بدون حضور در محل را ممکن می کند. توانبخشی از راه دور همچنین متخصصان توانبخشی را قادر به ارائه مشاوره بالینی می نماید. اغلب فرایندهای توانبخشی از راه دور به صورت بصری امکان پذیر است و این امر با امکاناتی از قبیل وب کم، ویدئو کنفرانس، خطوط تلفن، تلفن ویدئویی و صفحات وب انجام می شود که لازمه آن ها خطوط تلفن و اینترنت پرسرعت است.

با توجه به افزایش رو به رشد جمعیت سالمندان و همچنین افزایش نرخ بیماری های مزمن دوران سالمندی، نیاز به توانبخشی و متخصصان توانبخشی روز به روز بیشتر می شود. علاوه بر این ها هزینه های بالای درمانی و دشواری هایی که دررفت و آمد به مراکز توانبخشی برای بیماران وجود دارد، از مشکلات موجود است. امروزه با پیشرفت تکنولوژی و استفاده گسترده از اینترنت، امکان بهره مندی از فناوری در پزشکی و بهداشت فراهم شده است. با ورود تکنولوژی در حوزه توانبخشی، برپاره ای از مشکلات می توان فائق آمد. در واقع توانبخشی از راه دور، مفهومی است که در آن با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی و تجهیزات مدرن در حوزه فناوری و توانبخشی به ارائه خدمات بازتوانی یا توانبخشی از راه دور می پردازد.

برخی از مزایای توانبخشی از راه دور برای سالمندان عبارتند از:

- ارائه خدمات توانبخشی از راه دور برای افرادی که به دلیل ناتوانی یا کم توانی فیزیکی یا بعد مسافت، مشکل یا دشواری در مراجعه به کلینیک دارند
- مشارکت فعال افراد در مراقبت و روند مراحل توانبخشی
- ایجاد فرصت های برابر برای افراد جهت دریافت خدمات توانبخشی و در واقع عدالت در توزیع خدمات توانبخشی در سطح جغرافیایی و جمعیتی
- کاهش هزینه های مراجعه و رفت و آمد و صرفه جویی در زمان
- امکان دسترسی سریع فرد به کادر درمانی
- امکان بهره مندی افراد بیشتری از جمعیت هدف



قسمت دوم



کتابی که خواندنش برای هر کارافرینی یکی از واجبات است.

شهرزاد سادات تقوی

کارشناسی گفتاردرمانی

مهسا رحیمی

کارشناسی گفتاردرمانی

بخش سوم: پرسیدن سوالاتی مهم

بیان بینیم سوالاتی مهم از نظر راب فیتز پاتریک چه نوع سوالاتی هستن سوالاتی مهم سوالاتی هستن که جوابشون باعث تغییر یا حتی نابودی کسب و کارتون بشه. اگه پاسخ غیر منتظره ای با پرسیدن به سوال شنیدین ولی اون جواب تاثیری روی کارتون نداره، میشه نتیجه گرفت که اون سوال همچین هم سوال مهمی نبوده.

یادتون نره تو هر گفتگو باید حداقل به سوال وجود داشته باشه که از پرسیدنش به شدت میترسین.

یادتون نره که از شنیدن خبرهای بد استقبال کنین!

توس مهم ترین دلیلی هست که باعث میشه از پرسیدن سوالاتی مهم طفره بریم. با پرسیدن این سوالات شاید متوجه بشیم که ایده مون از پایه اشتباهه یا مشتری هایی که روشن حساب باز کرده بودیم اصلا قرار نیس خریدار باشن، ولی باید یاد بگیریم که از شنیدن خبر بد استقبال کنیم تا بتونیم باقی پول، زمان و انرژی مون رو نجات بدیم!

تایید طلبی:

نیاز ما به تایید شدن باعث میشه که با پرسیدن نظر بقیه، دنبال تعریف باشیم. میخوایم باور کنیم که تایید ایده مون توسط کسی که برامون قابل احترام هست به این معنی که ما تو کارمون موفق میشیم، ولی حقیقت اینه که نظر اون ادم اصلا مهم نیست و فقط رایای محصول به بازار هست که موفقیت ایده ی شمارو مشخص میکنه.

قبل از دقیق شدن روی جزئیات، به نگاه کلی بندازین:

یکی دیگه از مواردی که باعث میشه سوالاتی مهم نادیده گرفته بشن

فنگرانی در مورد مسایل ریز و بی اهمیتته. اگر شما خیلی سریع روی جزئیات متمرکز بشین و گفتگو رو به سمت مشکلات ریز ببرین، اونا هم با هیجا شما رو درگیر جزئیات بی اهمیت می کنن.

تمرکز سریع روی به مشکل خیلی خاص، قبل از اینکه کلیات زندگی مشتری رو درک کرده باشین، باعث میشه که برداشت های غلط و گیج کننده ای از گفتگو بدست بیارین.

بخش چهارم: پیچیده و رسمیش نکنید!

به قول معروف خیلی سخت نگیر دوست عزیز

گفت و گو های کوتاه و صمیمی، راه بهتری برای بدست آوردن اطلاعات در مورد مشتری است و نیازی به جلسه های رسمی و طولانی نیست.

فرض کنین تو به کنفرانس با یکی از افرادی که مدنظر شما بوده تا جلسه ای رو باهاش ست کنین، بر خورد میکنین

قرار نیست حتما باهاش قرار به جلسه رسمی بزارین بلکه میتونین خیلی سریع برین سراغ این سوال: می تونم پیرسم که چطور شد به این سخنرانی دعوت شدین؟

با این کار ساده به گفتگوی جالب شروع میشه و در ضمن احتمال اینکه شمارو یادش بمونه و بعدا بتونین باهاش جلسه ای بزارین بیشتر میشه!

ایشون معتقدن برای یادگیری از مشتری لازم نیست حتما کت و شلوار بپوشین و از قهوه ی بد مزه اتاق جلسات بخورین. سوال های درست رو میشه خیلی سریع پرسید و معمولا بحثی که تو جواب این سوال ها شکل میگیره برای مردم جالبه. شما میتونین تو هر جایی با مشتری صحبت کنین و جلسات رسمی رو برای وقتی نگه دارین که واقعا چیزی برای نشون دادن داشته باشین.

جلسه ها چقدر طول میکشن؟

گفت و گو های اولیه خیلی سریع پیش میرن. همین طور که شما از سوالات کلی به سمت مسایل ریزتر در مورد محصول پیش میرین، گفت و گو ها طولانی تر میشن.

سرعت زیاد گفتگوهای اولیه یکی از مهم ترین دلایلی هست که بیخیال جسات رسمی بشیم و قضیه رو زیاد پیچیده نکنیم.

وقتی محصولتون آماده شد و جلسه های فروش تون رو شروع کردین، بهتره هر جلسه رو به ۳۰ دقیقه محدود کنین: ممکنه ۵ دقیقه رو به خاطر تاخیرهای مختلف از دست بدین، ۵ دقیقه احوالپرسی کنین، ۵ دقیقه سوالاتی در مورد اهداف و بودجه مشتری بپرسین، ۱۰ دقیقه محصولتون رو توضیح بدید و ۵ دقیقه آخر در مورد خرید محصولتون بحث کنین.

تعهد و پیش روی

تو ادبیات فروش به ارتقای رابطه مون با مشتری پیش روی می گیم. در حقیقت توی قیف جذب، مشتری چه وارد مرحله ی بعد بشه چه نشه اطلاعات ارزشمندی به ما میده؛ و اگه این پیش روی جدی گرفته نشه باعث میشه استارت آب تون توی دایره ی دوستی پر از تعارف های الکی گیر کنه. باید ۲ گزینه ی مشخص روی میز گذاشت تا از دایره ی دوستی خارج شد و مشتری های



واقعی رو شناسایی کرد که با اونورد کنند یا به خرید متعهد بشن
۲. واژه ی تعهد و پیش روی هم پوشانی دارند.

جلسات یا موفق اند یا ناموفق؛ حد وسطی وجود نداره یعنی اگه جلسه ای به تعریف و تمجید یا طفره رفتن ختم شه ناموفق و جلسه ای که با تعهد به قدم بعدی پیش بره موفق. باید در جلسات خودمون بدونیم قدم بعدی چیه و از مشتری درخواست تعهد یا پیش روی کنیم حتی اگه جوابش منفی باشه.

ارزهای رایج تعهد: زمان، اعتبار و پول نقد ارزهای رایج تعهد هستند.

ملاقات خوب/ملاقات بد: با توجه به عبارات استفاده شده نوع ملاقات رو تشخیص می دیم مثلاً جمله ی "این معرکس، خیلی دوش دارم" تعریف و تمجید خالصه یعنی اطلاعات مفیدی به شما نداده و ملاقات بدی بوده یا اگه مشتری بخواد بعداً خبرش کنید یعنی داره طفره میره و محصول رو نمی خواد و حتی اگه گفت "قطعاً می خوامش" احتمال کاذب بودن و ضرر بالایی رو داره. به جاش جمله ی "می توئم نمونه ی اولیه رو بخرم؟" بسیار امید بخش و نتیجه ی یک جلسه ی عالی.

چطوره یک جلسه ی بد رو جمع و جور کنیم؟

تنها هدف ما اینه که نه گفتن های مودبانه رو از مشتری واقعی تشخیص بدیم. نکته اینجاست که نمی توئین به افراد به عنوان مشتری واقعی نگاه کنید مگه اینکه این فرصت رو بهشون داده باشین تا بدون رودروایی دست رد به سینتون بزنن.

کور کورانه ایده یا محصولتون رو توضیح ندید.

چهار ویژگی مشتریانی که حاضرند با ذوق فراوان از استارت آپ نوپای شما خرید کنند:
- به مشکلی دارن.

- می دونن اون مشکل وجود داره.

- بودجه ای برای حلش دارن.

- همین الانشم دست به کار شدن و راه حلی براش پیدا کردن. به اونا مبلغین آغازین میگن و غالباً با شور و احساسات از محصولتون حرف می زنند. در مراحل اولیه فروش هدف اصلی یادگیری و کسب درآمد به نتیجه ی جانبی محسوب میشه.

پیدا کردن گفت و گوها هدف اصلی از گفت و گو با غریبه ها اینه

که دیگه اینکارو انجام ندین یعنی اگه درست با مردم برخورد کنید اونا شمارو به بقیه معرفی می کنند و مجبور نیستین از صفر شروع کنید. شانس رو باید قاپید توی یه مهمونی یا هر ملاقات غیررسمی دیگه ای میشه سر صحبت رو باز کرد و شروع به یه مکالمه ی بی مقدمه کرد. می توئین از آدما راجه خودتون پرسین و حتی گاهی لازم نیست به کسب و کار خودتون اشاره کنید و صرفاً

هم صحبت شدن باهاتون براشون دلچسب باشه. یه بهونه ی خوب پیدا کنید.

-یکی از روش های جذب برگزازی رویداد دورهمیه و مثلاً اسمشو بذارین بررسی چالش های فلان قشر و...

-آموزش:

باید به عنوان یه فروشنده برای آموزش وقت بذارید و توی این آموزش مرکز توجه افراد نزدیک باشن که بیشتر از همه ایده هاتونو قبول دارن و شما رو جدی میگیرن.

-داشتن وبلاگ تخصصی یکی دیگه از روش هاست.

-هوشمندانه عمل کنید:

شرایط همه ی کسب و کارها یکی نیست پس کاری که دیگران انجام میدن را عیناً کپی نکنید؛ موقعیت تون را بسنجید و زیرکانه عمل کنید.

-گرم گرفتن با مشتری.

-سعی کنید از افراد آگاه مشاوره بگیرید به خصوص افراد سرمایه گذار در آن حیطه.

-کمک گرفتن از اساتید دانشگاه.

گام بعد چارچوب دادن به جلسه:

-مشخص کردن موضوع جلسه برای افزایش تمرکز مشتری روی یک جلسه ی رسمی.

به صورت کلی درخواست یک جلسه ی رسمی چند مرحله ی اصلی برای جذب اسپانسر یا مشتری داره:

۱. مستقیم به ایدتون اشاره نکنید.

۲. چارچوب بحث را واضح توضیح بدین.

۳. خیلی از خودتون و کارتون تعریف نکنید.

۴. اونا رو خیلی تحویل بگیرید و به عبارتی هندونه زیر بغلشون بذارید.

۵. برای درخواست کمک مستقیم عمل کنید و بحثو نیچونید.



تست مامان

چطوره با مشتریان خود صحبت کنید و با وجود دروغی که به شما می گویند، بهمید آید کارشان خوب جواب خواهد داد یا خیر؟

راب فیلیپس
مدرس ظاهره اسلامی



آدم‌ها بر اساس ویژگی‌های جمعیت و دسته دوم هم شامل به سری هدف یا انگیزش.

تا زمانی که محل مشخصی به شکل واقعی یا مجازی وجود نداشته که بتوانیم مشتریان را پیدا کنیم و باهاشون ارتباط داشته باشیم به بخش‌بندی تون ادامه بدین.

اول رو بخش مشتری‌ای متمرکز بشین که سه تا ویژگی زیر رو داره:

(۱) پرسودتر یا بزرگتره

(۲) در دسترس تره

(۳) خودتون بیشتر دوست دارین

یه نکته اینه که مراقب باشیم تا فقط با آدم‌های بالارته یا مهم محبت نکنیم، شما قراره با کسانی صحبت کنید که نماینده‌ی مشتری‌هاتون باشن نه لزوماً آدمای خاص و مهم.

برنامه‌ریزی و روند کار:

حتی اگه همه‌ی کارها رو هم درست انجام بدین ولی برنامه‌ریزی و روند مشخصی برای گفت‌وگو با مشتری نداشته باشیم باز هم ممکنه نتیجه نگیریم.

توی روند کار باید به این توجه داشته باشیم که نباید تنهایی با مشتری صحبت کنیم و بعدش صرفاً به بقیه بگین که چی کار کنن چون این طوری هم به جور دیکتاتوری به وجود میاد و هم میشه تعبیرهای مختلفی از حرف‌های مشتری داشت و هم این که بنیان گذاری که در ارتباطه ممکنه چیزهایی رو که یاد گرفته به خوبی منتقل نکنه.

برای این که تو این وضعیت گیر نکنی سه تا کارو باید انجام بدین: آماده‌سازی، بازیابی، و یادداشت‌برداری درست.

آماده‌سازی

تو این مرحله سه

(۱) پرسودتر یا بزرگتره

(۲) در دسترس تره

(۳) خودتون بیشتر دوست دارین

یه نکته اینه که مراقب باشیم تا فقط با آدم‌های بالارته یا مهم محبت نکنیم، شما قراره با کسانی صحبت کنید که نماینده‌ی مشتری‌هاتون باشن نه لزوماً آدمای خاص و مهم.

برنامه‌ریزی و روند کار:

حتی اگه همه‌ی کارها رو هم درست انجام بدین ولی برنامه‌ریزی و روند مشخصی برای گفت‌وگو با مشتری نداشته باشیم باز هم ممکنه نتیجه نگیریم.

توی روند کار باید به این توجه داشته باشیم که نباید تنهایی با مشتری صحبت کنیم و بعدش صرفاً به بقیه بگین که چی کار کنن چون این طوری هم به جور دیکتاتوری به وجود میاد و هم میشه تعبیرهای مختلفی از حرف‌های مشتری داشت و هم این که بنیان گذاری که در ارتباطه ممکنه چیزهایی رو که یاد گرفته به خوبی منتقل نکنه.

برای این که تو این وضعیت گیر نکنی سه تا کارو باید انجام بدین: آماده‌سازی، بازیابی، و یادداشت‌برداری درست.

آماده‌سازی

تو این مرحله سه سوال مهم تون رو با کمک تیم تون آماده کنید و به همه یادآوری کنید که به دنبال سوال‌هایی هستین که از پرسیدن‌شون می‌ترسین.

وقتی جلسه‌ای شروع میشه سعی کنید سریعاً خودتون سکان جلسه رو برعهده بگیرید قبل از اینکه جلسه محفلی برای نقد شما بشه.

سعی کنید بیش از حد سخت‌گیری نکنید.

لیستی از هدفای مهم تون آماده کنید و اگه خوب پیش رفت برید دنبال هدف‌های بعدی. مسلماً در جذب مشتری ملاقات حضوری علی‌رغم گرفتن وقت بیشتر ایده‌ی بهتری برای جذب مشتری‌ه.

به دنبال مشاور باشیم نه مشتری:

تعداد مشاور یا مشتری مهم نیست؛ به عبارتی طبق قانون فوت کوزه‌گری تا زمانی که حرفای جدیدی می‌شنوین به صحبت کردن با مردم ادامه بدید.

انتخاب مشتری‌ها

۱. بخش‌بندی: این که شما بدونید قراره یک جز بزرگ داشته باشید ولی باید از بخش‌های کوچک و جزئی شروع کنید تا به اون کل برسید.

۲. بدن سازه‌ها یا ماماها: این که شما حداقل قشر مشتری‌هاتونو بشناسید.

۳. با حذف قسمت‌های غیرمهم به اون قسمت مهمی برسید که به درد مشتری‌هاتون می‌خوره. و درنهایت:

انگیزه و قدرت اراده منبع محدودیه. راه پیروزی بر مشکلات همیشه جنگیدن مستقیم نیست. بعضی وقتا باید شرایط رو طوری تغییر بدین که با صرف انرژی کمتری به هدف تون برسین. عوض کردن طرز فکر تون در مورد جلسات به سمت پیدا کردن مشاورهای خوب، دقیقاً مثل وقتی که می‌خوانین رژیم بگیرین و هر چی شکلات دم دست تون هست رو دور می‌ریزین. در حقیقت با تغییر شرایط راه رسیدن به اهداف تون رو آسون تر می‌کنین.

خب به محض این که محصول مون رو عرضه می‌کنیم سروکله بازخوردها پیدا می‌شه، ولی مطالبی رو که می‌شنویم اون چیزی نیست که انتظارش رو داشتیم و هر کاربر محصول نیازهایی داره که با بقیه فرق داره.

پس اگه مثلاً مشتریامون رو گروه دانش‌آموزان و دانشجویان در نظر بگیریم، این گروه خیلی گسترده‌تر از اون چیزیه که فکرشو می‌کنیم و آدم‌های مختلف با نیازهای مختلف با شرایط زمانی و مکانی مختلفی رو در بر می‌گیره.

یعنی حتی اگه بخوایم تعداد مخاطبامون رو با توجه به محدودیت‌های جمعیت کم کنیم، هنوز هم با تنوع بالایی از مشتری‌ها روبه‌رو هستیم.

تو این جور مواقع برای بخش‌بندی بهتر مشتری‌ها می‌تونین از یه فرد باتجربه در بازاری که دارین روش کار می‌کنین کمک بگیرین، اگه هم که دسترسی به چنین متخصصی ندارین سعی کنین با اطلاعات فعلی تون روی بخش خاصی از مشتری‌ها متمرکز بشین.

فوت کوزه‌گری: اگه تو گفت‌وگو با مشتری‌هاتون به مشکلات و هدف‌های پراکنده می‌رسین به احتمال زیاد هنوز روی بخش خاصی از مشتری‌هاتون تمرکز نکردین.

حالا چه جوری مشتریامون رو بخش‌بندی کنیم:

اول با یه بخش بزرگ شروع کنین و این سوالات رو پیرسین:

— تو این گروه چه مدل آدمی بیشتر از بقیه محصول تون رو می‌خواد؟

— همه‌ی افراد گروه انگیزه برای خرید یا استفاده از محصول رو دارن یا فقط بعضی از اونا مشتاق هستن؟

— چه انگیزه‌های دیگه‌ای وجود داره؟

— چه مدل آدمای دیگه‌ای این انگیزه رو دارن؟

با پرسیدن این سوال‌ها دو دسته جواب به دست میارین: اولین دسته شامل مجموعه‌ای از



اگر فکر می کنید گفت و گو ابزار مفیده، کسانی که باید باهاشون حرف بزنن رو پیدا کنین.

لیستی از چیزهایی که حدس می زنن مشتری بهشون اهمیت بده رو تهیه کنین.

اگر میشه جواب سؤال رو با به تحقیق کوچولو یا سرچ کردن بدست آورد، اول این کار رو انجام بدین.

در حین مکالمه برای مکالمه به چارچوب مشخص داشته باشین.

رسمی و پیچیدش نکنین.

سوال های خوب پرسید.

به تعریف و تمجیدها و حرف های خیالی توجه نکنین و اگر چیز مبهمی دیدین سعی کنین تو اون مورد عمیق شین.

خوب یادداشت برداری کنین.

اگر لازم شد برای تعهد و گام های بعد پافشاری کنین.

بعد از گفت و گوها:

قول های کلیدی مشتری رو بررسی کنین.

اگر لازم شد یادداشت ها رو به صورت دائمی جایی ذخیره کنین.

باورها و برنامه هاتون رو بروز کنین.

نشونه های این که فقط ادای گفت و گو با مشتری رو در میارین:

بیشتر از مشتری حرف میزنین.

مشتری داره از شما یا ایده تون تعریف می کنه.

ایده هاتون رو به مشتری ها گفتین ولی نمی دونین قدم بعدی چی هست.

هیچ یادداشتی ندارین.

یادداشت هاتون رو با تیم تون بازمی نکردین.

جوابی گرفتن که انتظارش رو نداشتین؛ با این حال تاثیری روی ایده تون نداشته.

ترسی از پرسیدن هیچ کدوم از سوال هاتون نداشتین.

مهم هستین.

نمی دونین دنبال جواب کدوم سوال.

نمی دونین که چرا دارین این گفت و گو رو انجام میدین.

این روند سریع؛ اگر کارتتون رو درست انجام بدین روند گفت و گو با مشتری خیلی سریع جلو میره.

با پرسیدن سوال های درست می تویم خیلی از ایده های اشتباه رو قبل از این که مشکل ساز بشن شناسایی کنیم.

فوت کوزه گری: اگر همه چیز هم بد پیش بره، به خودتون سخت نگیرین. این نیز بگذرد.

ادامه دارد...

وقتی توی گفت و گو تعدادی فرضیات داریم که به دنبال اعتبارسنجی اون ها هستیم خیلی راحت تر میشه گفت و گو رو جلو برد و از به حاشیه رفتنش جلوگیری کرد و بحث رو به هدف نزدیک تر کرد.

خلاصه این که بدونین دقیقاً دنبال چی هستین.

بازبینی

بعد از گفت و گو یادداشت هاتون رو با تیم تون مورد بازبینی قرار بدین، و در صورت نیاز باور هاتون رو بروز کنین.

هدف اینه که اطلاعات رو مکتوب کنین و مطمئن بشین که همه ی اعضای تیم تون از داده های جدید باخبرن.

هر کسی که تو تیم تصمیمات بزرگ می گیره باید هر از چندگاهی تو ملاقات ها شرکت کنه یادداشت برداری درست:

یادداشت برداری بهترین راه برای در جریان قرار دادن تیم تون در مورد گفت و گو هاتون با مشتری ها هستن. ضمناً یادداشت برداری مانع از این میشه که به خودتون دروغ بگین. تازه وقتی چند ماه بعد می خوانین مدل کسب و کارتون رو بهبود بدین، می توین از یادداشت هاتون استفاده کنین.

تا جایی که میشه عین جمله ی بیان شده رو یادداشت کنین. اونارو بین گیومه بذارین تا بدونین عیناً این ها نقل شدن. در کل همیشه مجبور نیستین همه چیز رو بنویسین؛ گاهی خلاصه ی صحبت هم کفایت می کنه.

در هر حال علامت ها رو به عنوان مفهوم و به جور تکنیک برای مختصر و تند نوشتن به یادداشت تون اضافه کنین.

این که کجا باید یادداشت کنین هم مهمه و باید چندتا ویژگی زیر رو داشته باشه:

قابل مرتب کردن، ادغام کردن و تنظیم مجدد باشن.

بشه با یادداشت های بقیه ی اعضای تیم ترکیب شون کرد.

موندگار باشن و قابل بازیابی.

با چیزهای اضافی دیگه ای مثل لیست کارها و ایده ها قاطی نشن.

بهترین وسیله برای یادداشت برداری مثل ever note یا google docs می تونه خیلی به اشتراک گذاری تیمی جست و جو و بازیابی یادداشت ها کمک کنه.

روند کار:

صحبت کردن با مشتری ها به ابزار نه به وظیفه.

اگر هر کدوم از این نشونه ها رو به مدت طولانی تو روند کارتون می بینن به این معنیه که دارین راه رو اشتباه میرین.

شما بیشتر از اونا صحبت می کنین.

اونا از شما یا ایده هاتون تعریف می کنن.

سعی کنید سوالات تون رو پرسید چون ازش چیزای زیادی یاد می گیرید.

روند مشخص گفت و گوها:

همراه با تیم تون سه تا از مهم ترین چیزهایی که می خوانین یاد بگیرین رو مشخص کنین.

اگر امکانش هست، تصمیم بگیرین قدم های بعدی و تعهد ایده هاتون چی هست.



مصاحبه

با دکتر طباطبائی

مدیر محترم مرکز مالکیت فکری دانشگاه

و مدیر گروه آموزشی ارگونومی

شهرزاد سادات تقوی

کارشناسی گفتاردرمانی



لطفاً خودتون رو معرفی کنید و سوابق تونم بگید

من فرهاد طباطبایی قمشه هستم. دکتری مهندسی پزشکی از دانشگاه امیر کبیر دارم سوابقم هم اینه که مدیر گروه ارگونومی و مدیر فناوری هستم و یک مدت هم مسئول مرکز رشد دانشگاه بودم و در مقطع کارشناسی هم مهندسی مکانیک در دانشگاه فردوسی مشهد خوندم.

هدف و رسالت بخش مدیریت توسعه فناوری را در چه می دانید

بتواند نیازهای جامعه را شناسایی کند و با توجه به امکانات موجود در دانشگاه نسبت به بهبودش به سایر اساتید و دانشگاه کمک کند و راهکار ارائه بدهد

چه مدت است که شما در حوزه توسعه فناوری فعالیت می کنید

مدت ۱۰ سال

چه شد که به این حوزه علاقه مند شدید

□ آن زمان دانشگاه تصمیم گرفته بود که مرکز رشد را راه اندازی کند و رئیس دانشگاه از من خواستند که در این زمینه به آنها کمک کنم

علت حضور و اهمیت فناوری در توانبخشی را در چه می بینید

اگر ما بخواهیم از روش سنتی فاصله بگیریم و از علوم جدید استفاده کنیم باید به این حوزه توجه کنیم یعنی اگر علوم در حوزه های مختلف دارد پیشرفت می کند از آن پیشرفت ها استفاده می کنیم تا کمک بیشتری به مردم بکنیم

نحوه فعالیت انجمن فناوری های نوین توانبخشی را چگونه می بینید و در چه حوزه هایی بیشتر باید فعالیت داشته باشیم

احساسم این است که فضای خیلی خوبی فراهم است و می شود کارهای جالبی انجام داد مثل توسعه فناوری در دانشگاه و توانبخشی. یعنی الان تمام گروه های آموزشی دانشگاه علاقه مند هستند که از فناوری های جدید برای ارائه خدمت به مردم استفاده کنند، در حالی که قبلاً تاکیدشان بر توسعه روشهای سنتی بود

حمایت از دانشجویی که با ایده ای جدید وارد حوزه فناوری میشود چگونه است

ما باید برای ورود دانشجو به حوزه فناوری تسهیلات بیشتری قائل شویم مثلاً از حوزه فناوری افرادی بیایند و در کلاسها از اساتید وقت گرفته و برای دانشجویان توضیح بدهند. همچنین فرم های توزیع بشود که افراد علاقه مند جذب شوند

چه سدی را مانع حمایت خود از دانشجویان می دانید

به نظر من بزرگترین سد تصوراتی است که در ذهن خود ما هست و باید برای دانشجو توضیح داده شود که حمایت ما دقیقاً چه چیزی است. حمایت ما در واقع تاییدیه هایی است که در اختیار یک فناور قرار می دهیم، به عنوان یک فناور باید بدانیم ارزش این کاغذ چیست و چه استفاده ای از آن می شود کرد. وقتی شما برگه ای دارید که می گوید شما به عنوان یک هسته فناور در دانشگاه ها پذیرفته شده اید این برگه تاییدیه را میتوانید به اداره ثبت شرکت ببرید و دیگر از شما اجاره نامه یک واحد تجاری را نمی خواهند و می توانید شرکت خودتان را ثبت کنید یا می توانید بروید اداره مالیات در گروه شرکت های مرکز رشد پرونده شما را بررسی کنند و یا می توانید به معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری بروید و تقاضا کنید که بیایند و بازدید کنند که شرکت شما دانش بنیان شود. این ها خاصیت های این برگه هستند

و حرف آخرتون

باید شجاعت دانشجو را زیاد کرد و همه ما در این حوزه مسئول هستیم که دانشجو به سمت فناوری برود



استارت آپ

START UP

در شماره قبلی نشریه به تعریف استارت آپ و شتاب دهنده پرداخته شد.

اکنون قصد داریم به معرفی استارت آپ هایی در حوزه توانبخشی بپردازیم. برخی از استارت آپ ها حوزه پزشکی در ایران به شرح زیر می باشند:
شفاجو: اولین استارت آپی است که در حوزه سلامت راه اندازی شد و خیلی زود جای خود را هم در جامعه پزشکی و هم در بین بیماران و مراجعه کنندگان به پزشکان پیدا کرد. در این سایت جستجوی پزشک بر اساس نام پزشک و دریافت نوبت به صورت آنلاین صورت می گیرد.

درمانکده: این سایت هم برای پیدا کردن پزشکان، آدرس آن ها و گرفتن وقت به صورت آنلاین است. این سایت در سال ۱۳۹۳ فعالیت خود را شروع کرده و در مسابقه استارت آپ ویکند سلامت برتبه اول را از آن خود کرده است. از بخش های ویژه و ابتکارهای این سایت می توان به "راه اندازی اولین تست هوشمند تشخیص بیماری و راه اندازی سامانه تشخیص تداخل دارویی برای سلامت بیشتر و پیشگیری از عوارض برای بیماران" اشاره کرد. از ویژگی های دیگر این استارت آپ راهنمایی های پزشکی و اینفوگرافی های منتشر شده در این حوزه است.
تله طب: تله طب در واقع یک اپ راه نمای سلامت است که در کافه بازار در دسترس است. این اپلیکیشن توسط احسان نوری به همراه چند پزشک در سال ۱۳۹۴ راه اندازی شد و امکان دسترسی آسان به پزشکان متخصص برای مشاوره، پیگیری درمان (فالو آپ) و پایش وضعیت سلامت کاربران را از راه دور فراهم کرد.

سیبوفن: سیبوفن استارت آپی است که می تواند وضعیت فعلی خدمات سلامت را در بخش سرپایی متحول کرده و از سفرهای درون شهری بی مورد شهروندان جلوگیری کند و این خدمات را به صورت ویژه و با کیفیت بالا در بخش های آزمایشگاه، دارو، ویزیت پزشک و خدمات پرستاری عرضه کند. مثلاً در بخش آزمایشگاه، متقاضی آزمایش از طریق اپلیکیشن موبایل یا وب عکس نسخه خود را آپلود می کند، سپس آزمایشگاه های طرف قرارداد و محدوده انتخاب شده نسخه مورد نظر را پذیرش و در نهایت با ارسال نمونه گیر در منزل یا محل کار، نمونه آزمایش را می گیرد و چند روز بعد هم به همین روش جواب آزمایش آماده است. این خدمات در بخش دارو و درمان های ابتدایی و پرستاری هم ارائه می شود.
ابر سلامت: خدمات این استارت آپ شامل مشاوره آنلاین پزشکی در ۷۵ حوزه، پرونده آنلاین سلامت با امکان نامحدود ذخیره اطلاعات پزشکی، مکان یاب سلامت برای پیدا کردن نزدیک ترین اماکن مرتبط با خدمات سلامت و پزشکی، محتوای پزشکی رایگان روی صفحه مجازی پزشکان، آزمون روان شناسی، آزمون طب کار شامل سنجش استرس شغلی و آزمون بینایی و شنوایی است.

سیمیاروم

سیمیاروم پلتفرم مشاوره صوتی و تصویری آنلاین با مشاوران متخصص داخل ایران است. تمامی ایرانیان سرتاسر دنیا با سیمیاروم به متخصصان داخل کشور در حوزه های روانشناسی و خانواده، مشاوره های پزشکی، برگزاری جلسه مشاوره صوتی و تصویری و استفاده از تست ها و توصیه های پزشک متخصص دسترسی داشته باشند. بخش اعظم مشتریان این پلتفرم ایرانیان خارج از کشور هستند همچنین مشتریان شهرها و روستاهای کوچک که به سادگی امکان دسترسی به متخصصان و مشاوره های زبده را ندارند.

رکسانا حضریان

کارشناسی ارشد مشاوره





تجهیزات کمکی راه رفتن

تجهیزات کمکی راه رفتن (walking aids) شامل انواع
عصاهای کمکی، کراچ ها و واکرهاست.

انواع عصاها شامل: Ccans, functional grip, quad cans,
hemi walkers

انواع کراچ ها شامل: axilla, forearm, platform, leg support:
انواع اصلی واکرها: standered, two wheel

روزانه میلیون ها نفر در سرتاسر جهان نیاز به استفاده از این وسایل
کمک‌توانبخشی دارند، اگرچه امروزه استفاده از وسایل سنتی همراه با
چالش‌هایی روبه روست مثلاً در پژوهش‌های اخیر مشخص شده استفاده
از این وسایل باعث افزایش خم شدن فرد رو به جلو (forward lean) و ایجاد
درد و تحریک در ناحیه زیر بغل میشود (به دلیل تراکم پایانه‌های حسی این ناحیه) که
این اثر گاهی باعث درد تیرکشنده به شانه و گردن هم میشود. هر ساله در ایران و جهان تلاش
های بسیاری برای جایگزینی و
بهبود این وسایل انجام میشود. انواع این وسایل شامل: [kneescooters, iwalk۲](#)، ...،

اسکوترهای زانوپی (knee scooter): ۲، ۳ یا ۴ چرخه‌هایی هستند که جایگزین کراچ ها و واکرهای
سنتی میشوند، این وسایل در طول سال‌ها به فرم‌های مختلفی تغییر کرده‌اند؛ از انواعی که چرخ‌های
کوچک دارند و مناسب خانه‌اند تا انواعی که مقاومت بیشتری دارند و برای بیرون از خانه و روی
سطوح چمن یا سنگفرش مناسب‌اند. اندیکاسیون این وسیله برای افراد دارای جراحی‌های
پا، نقرس، آمپوتیه‌های زیر زانو، زخم‌های زیر زانو، درگ به درگ شدن پا (foot
sprain) و شکستگی‌هاست.

[Iwalk۲](#)، جایگزین مناسبی برای کراچ‌های سنتی و اسکوترهای

زانویی است. این وسیله به صورت [hand free](#) (بدون استفاده‌ی
دست) طراحی شده. از مزیت‌های این وسیله یادگیری آسان، مقرون به
صرفه بودن، استفاده راحت و عدم ایجاد درد است و همینطور به دلیل
اینکه این وسیله از عضلات بالایی اندام تحتانی (upper leg) استفاده
نمیکند، استفاده از این وسیله هیچ کشش غیرمعمولی ایجاد نمیکند.



۱۵ | تجهیزات کمکی راه رفتن

امروزه در جهان استفاده از واکر ها، کراچ ها و عصاها، و انواع شبیه به آن، جای خود را به تکنولوژی های جدیدتری از جمله وسایلی از قبیل kb balance trainers, rewalk exo skeleton, restore exo skeleton داده است. □

ریواک (rewalk exo skeleton): یک روبات پوشیدنی و سبک exo skeleton است که با تغییرات ظریف در مرکز جاذبه فرد (COG) نیروی حرکتی مورد نیاز برای لگن و زانو را فراهم میکند تا بیمار بتواند بایستد، راه برود، از پله ها بالا برود و... این وسیله هم برای استفاده روزانه در خانه و هم برای استفاده در اجتماع ساخته شده و یکی از قابل تنظیم ترین انواع exo skeleton است که به صورت مخصوص به هر بیمار ساخته میشوند (costum made). این مخصوص بودن تناسب دقیق ایمنی و عملکرد را برای فرد تامین میکند. [ضمناً این وسیله از سیستم باتری-پاور استفاده میکند] □

ریستور اگزو اسکلتون (restore exo skeleton): این وسیله برای توانبخشی افراد با معلولیت اندام تحتانی ناشی از سکته (strok) مناسب است. این وسیله با کمک به بهبود dorsi, plan- tar flexion راه حلی سریع برای بهبود نحوه ی راه رفتن پس از سکته است. از مزیت های این وسیله تسهیل آموزش راه رفتن عملکردی (facilitate gait) با ترکیب حرکات طبیعی و plantar, dorsi flexion با کمک وسیله، است که به طور متناوب با گیت بیمار به روز میشود. این وسیله با ارائه ی زمان واقعی عکس العمل (Feedback) و تنظیم سطوح مختلف کمک، این امکان رو به درمانگر میدهد که جلسات رو بهینه سازی و به راحتی پیشرفت هر بیمار رو پیگیری کند. □



زهرا جعفری

کارشناسی ارتوپدی فنی



اقدامات انجمن علمی دانشجویی فناوری

۱ برگزاری کارگاه آشنایی با سیگنال های مغزی در مورخ ۱۵ مهر ماه ۱۳۹۸ با شرکت ۸۰ نفر از دانشجویان مقاطع مختلف تحصیلی



۲

برگزاری کارگاه آشنایی با علم روباتیک در مورخ ۲۲ مهر ماه ۱۳۹۸ با همکاری شرکت پیشرویات



۳ برگزاری جشن تاسیس انجمن در مورخ ۲۰ آبان ماه ۱۳۹۸ ، با حضور دکتر وطن پور (رئیس دفتر توسعه فناوری سلامت وزارت بهداشت ، درمان و آموزش پزشکی) ، ریاست محترم دانشگاه ، مسئولین معاونت تحقیقات و فناوری ، موسس استارت آپ توانیتو ، مدیر عامل شرکت نو آوران با شرکت ۳۰۰ نفر از دانشجویان



۴

برگزاری ترم اول دوره آموزش روباتیک طی ۱۰ جلسه

ی های نوین توانبخشی قاپه این لحظه



5

برگزاری کارگاه آموزش نرم افزار
solid works در مورخ ۲۲ آذر ماه ۱۳۹۸
و مجموعه نرم افزار های آفیس

برگزاری اردوی بازدید از موزه علم و
فناوری در مورخ ۲ اسفند ماه ۱۳۹۸

6



7

برگزاری دومین استارت آپ تخصصی توانبخشی
"به توان فناوری ۲" با همکاری معاونت محترم
تحقیقات و فناوری و واحد استعداد درخشان دانشگاه
در مورخ ۲۸ بهمن ماه ۱۳۹۸



8

برگزار وینار دوره آموزش TRIZ در دوران تعطیلی دانشگاه

سپوح نو آوری از نظر آلتسوار

ردیف	موضوع	مدرس	مکان
۱	موضوعات پایه در یادگیری ماشین	دکتر سید علی حسینی	کلاس درس
۲	موضوعات پایه در یادگیری عمیق	دکتر سید علی حسینی	کلاس درس
۳	موضوعات پایه در یادگیری عمیق	دکتر سید علی حسینی	کلاس درس
۴	موضوعات پایه در یادگیری عمیق	دکتر سید علی حسینی	کلاس درس
۵	موضوعات پایه در یادگیری عمیق	دکتر سید علی حسینی	کلاس درس
۶	موضوعات پایه در یادگیری عمیق	دکتر سید علی حسینی	کلاس درس



مصاحبه

جناب آقای دکتر کاشانی

مدیر محترم مرکز رشد تجهیزات پزشکی و توانبخشی دانشگاه

آیناز جباری

کارشناسی کاردرمانی

از اهداف بلند مدت میتوان به فعالیت در زمینه طراحی و ساخت ویلچر و دیگر وسایل کمکی مانند عصا، واکر آن هم به صورت ماموریت محور برای دانشگاه به عنوان پشتوانه اعتباری و مالی اشاره داشت و از اهداف کوتاه مدت، تربیت فناور واقعی از طریق جذب پروپوزال های حمایت شده از طرف اعضا محترم هیئت علمی.

در مسیر نیل به اهداف چه ابزارهای سیاست گذاری و قانونی نیاز است؟ با چه کمبودهایی مواجه هستید؟

در مسیر نیل به اهداف کوتاه مدت سپردن جذب طرحهای فناورانه به گروه های آموزش از طریق نماینده گروه شورای مرکز رشد.

همچنین شورای فناوری دانشگاه به عنوان یک شورای عالی و به عنوان شورای ستادی همیشه مرکز رشد و شورای رشد را مورد حمایت قرار داده و با تصویب راه کار ها و قانون گذاری های راه گشا میتواند مورد توجه باشد.

۴- تعداد فعالین در مرکز چند نفر هستند؟ این افراد با چه تخصص های و در چه شاخه های فعال هستند؟

فعالین به عنوان هسته فناور در حال حاضر نزدیک ده نفر و فعالین به عنوان شرکت های فناور و دانش بنیان چهارده شرکت می باشند.

۵- تاثیر مرکز در کارآفرینی چقدر است؟ آیا در این زمینه نتیجه آماری دارید؟

امیدواریم به دنباله اسب شنایی و بازیابی روشهای فعالیت در حوزه فناوری و رشد، هسته های فناوری شایسته ای جذب نموده و تعداد قابل توجهی وام در اختیار هسته های فناور و البته با پشتیبانی اعضا محترم هیئت علمی قرار دهیم.

بیان تاریخچه تاسیس مرکز رشد :

تا جایی که من یادم هست در سال ۱۳۹۲ با حمایت اساتید وقت دانشگاه تاسیس شد.

۲- وظایف مرکز را ذکر کنید؟

رشد دارای سطوح تخصصی در زمینه توانبخشی میباشد.

اولین وظیفه تعیین بودجه سالانه مرکز با توجه به فعالیت سالهای گذشته پیش بینی و وضعیت سال پیش رو می باشد.

دومین وظیفه تعیین نقشه راه و فعالیت سالانه، شامل جذب هسته های فناوری، استعداد دهی، تلاش در جهت پشتیبانی هسته های فناور و رساندن آنها به تاسیس شرکتهای فناوری و نهایتا دانش بنیان است. همچنین برگزاری و یا برنامه ریزی سمینار های تخصصی و مرتبط با فناوری برای دانشجویان و فناوران میباشد.

آیا با توجه به جمیع شرایط اقتصادی و علمی حاکم بر کشور، وظایف مشخص شده عملیاتی می شوند؟ در این مسیر چه موانعی وجود دارد؟ چگونه می توان به بهترین شکل وظایف تعیین شده را انجام داد؟

شرایط اقتصادی کشور مانعی برای پشتیبانی مالی مرکز رشد ایجاد نمیکند و مشکلی در این زمینه وجود ندارد. هر چقدر کارهای ارزنده انجام شود به همان میزان اعتبار مرکز بالا رفته و میتواند منابع مالی کسب کند.

بدون محدودیت به لحاظ شرایط علمی جذب می بایست کار کرد.

چنانچه مرکز سخاوتمندانه بودجه به صورت وام قابل برگشت از طریق اقساط در اختیار هیئت علمی و دانشجوی او قرار دهد، سریعاً نیز پاسخ خواهد گرفت. آزادی عمل و شجاعت در تخصیص وام به فناور مسئله را به خوبی پشتیبانی میکند.

۳- اهداف بلند مدت و کوتاه مدت مرکز را بیان کنید؟ به کدام اهداف دست یافته اید؟



سخن پایانی

انجمن علمی دانشجویی فناوری های نوین توانبخشی با کسب مجوز در تیر ماه ۱۳۹۸ از سوی معاونت محترم فرهنگی و دانشجویی دانشگاه علوم بهزیستی آغاز به کار کرد، پس از کسب مجوز رای گیری انتخابات شورای مرکزی انجمن، با حضور دانشجویان کلیه رشته های دانشگاه برگزار شد که افراد ذیل به عنوان اعضاء شورای مرکزی انجمن انتخاب شدند:

۱. افشین نعمتی
۲. احسان بیطرف
۳. ابوالفضل شیخ امیرلو
۴. احسان لاریجانی
۵. نادیا عرب احمدی
۶. شهرزاد سادات تقوی
۷. مهسا رحیمی

پس از تشکیل شورای مرکزی نشریه انجمن با نام ریهیلیتک با کسب مجوز از سوی معاونت محترم فرهنگی و دانشجویی دانشگاه شروع به فعالیت نمود.

انجمن علمی دانشجویی فناوری های نوین توانبخشی با هدف ارتقای فناوری های توانبخشی، ارتقای همکاری های بین رشته ای و بین دانشگاهی، ارتقای سطح علمی دانشجویان، آگاهی بخشی از فناوری های جدید توانبخشی عرضه شده در عرصه جهانی، حمایت و ایده پروری برای شکوفایی استعداد های دانشجویان جهت تولید فناوری های نوین توانبخشی، حمایت از ثبت اختراع دانشجویان و سایر اهدافی که در اساسنامه انجمن به آن ذکر شده است زیر نظر معاونت فرهنگی و دانشجویی دانشگاه آغاز به فعالیت کرد.

لازم به ذکر است که با توجه به لزوم ارتباط بین رشته در رشته های توانبخشی و ارتباط با رشته های فنی و مهندسی مربوطه این انجمن فرصت خوبی را برای علاقه مندان به حیطه فناوری توانبخشی در اختیار خواهد گذاشت تا ایده های خود را به مرحله اجرا و ساخت برسانند.

همچنین دانشجویان تمامی مقاطع و تمامی رشته های دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی امکان عضویت در انجمن را دارند.

در طی دوره اول فعالیت انجمن در سال تحصیلی ۹۹_۱۳۹۸ کارگاه ها و برنامه های متفاوتی توسط انجمن برگزار شد که قطعا خالی از اشکال نبوده است، لذا خواهشمندیم در صورت داشتن انتقادات و پیشنهادات برای بهبود عملکرد انجمن از طریق ایمیل انجمن rmta.uswr.ac.ir نظرات خود را با ما در میان بگذارید.

در پایان لازم است از اساتید گرانقدر گروه کاردرمانی به ویژه استاید ارجمند آقایان دکتر سید علی حسینی، دکتر هوشنگ میرزایی، دکتر ابراهیم پیشیاره و دکتر سعید فطوره چی همچنین اساتید گرانقدر گروه ارتز و پروتز آقایان دکتر فرهود سعید ارشادی، دکتر رضا وهاب کاشانی، مدیر محترم دفتر توسعه فناوری سلامت دانشگاه جناب آقای دکتر امیرسالار جعفرپیشه، مدیر محترم مرکز مالکیت فکری دانشگاه جناب آقای دکتر سید فرهاد طباطبایی و همچنین اداره تعالی فرهنگی و فوق برنامه دانشگاه به مدیریت جناب آقای یوسف رضایی، کارشناس سابق انجمن های علمی دانشجویی سرکار خانم میرجوادی و کارشناس محترم نشریات دانشجویی سرکار خانم میرزایی بابت حمایت ها و پشتیبانی از انجمن در طی سال گذشته نهایت تشکر و قدر دانی را داشته باشیم.

امید است در سال تحصیلی آتی انجمن بیش از پیش در مسیر توسعه فناوری های نوین توانبخشی یاری رسان دانشجویان محترم باشد.

به پایان آمد این دفتر

حکایت همچنان باقیست

افشین نعمتی

دبیر انجمن

مدیر مسئول نشریه

نشریه ایربیلیتک

خردادماه 1399

سایت و ایمیل انجمن:

www.rmta.uswr.ac.ir

[mail:rmta@uswr.ac.ir](mailto:rmta@uswr.ac.ir)