

۱۴۰۳/۱۲/۲۵
March 15, 2025
۱۴ رمضان ۱۴۴۶

شماره ۱، پاییز و زمستان ۱۴۰۳



دوفصلنامه علمی و خبری
اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی

دوفصلنامه خبری تحلیلی (روزنامه) اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی

صاحب امتیاز: مهندس علیرضا محمودی فرد
مدیرمسئول: دکتر سید محمدرضا حسینی علی آباد
سرمدیر: مهندس علیرضا محمودی فرد
گرافیک: مهندس فردین گلستان زاده

www.digieco-ai.ir



دروازه‌های به سوی آینده با دوفصلنامه علمی و خبری اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی

در دنیایی که سرعت تحولات آن سرگیجه‌آور است، اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی نه فقط یک روند، بلکه نیرویی دگرگون‌کننده هستند که تار و پود زندگی و کسب‌وکار ما را از نو می‌بافند. ما در دوفصلنامه علمی و خبری اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی، خود را نه صرفاً یک رسانه، بلکه پیشگامان این انقلاب می‌دانیم. ما آمده‌ایم تا شما را در این سفر هیجان‌انگیز همراهی کنیم، پرده از اسرار این دنیای شگفت‌انگیز برداریم و نقشی الهام‌بخش در شکل‌دهی آینده ایفا کنیم.

چرا ما متفاوتیم؟

نگاهی فراتر از سطح: ما فقط خبرها را پوشش نمی‌دهیم؛ ما آن‌ها را تحلیل می‌کنیم، ریشه‌یابی می‌کنیم و تأثیرات بلندمدت آن‌ها را بر اقتصاد و جامعه بررسی می‌کنیم. ما به دنبال "چرایی" و "چگونگی" تحولات هستیم، نه فقط "چه چیزی". جامعه‌ای از نخبگان: ما میزبان جامعه‌ای از برجسته‌ترین پژوهشگران، متخصصان و صنعتگران در حوزه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی هستیم. مقالات و تحلیل‌های ما نه فقط اطلاعات، بلکه دانش عمیق و دست اول را ارائه می‌دهند. پلی میان علم و عمل: ما پلی هستیم میان دنیای آکادمیک و صنعت. ما یافته‌های پژوهشی را به زبان ساده و قابل فهم برای عموم ترجمه می‌کنیم و به کسب‌وکارها کمک می‌کنیم تا از آخرین دستاوردهای علمی بهره‌برداری کنند. تعهد به نوآوری: ما به دنبال کشف مرزهای دانش و ارائه ایده‌های نوآورانه هستیم. ما باور داریم که آینده از آن کسانی است که جسارت اندیشیدن به چیزهای متفاوت را دارند.

چه چیزی ارائه می‌دهیم؟

مقالات علمی داوری‌شده: مقالات پژوهشی اصیل و باکیفیت که توسط متخصصان برجسته داوری شده‌اند و به بررسی عمیق موضوعات کلیدی در اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی می‌پردازند.

گزارش‌های تحلیلی اختصاصی: تحلیل‌های جامع و دقیق از آخرین روندها، چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی، با نگاهی ویژه به شرایط ایران و منطقه.

اخبار و رویدادهای به‌روز: پوشش جامع و سریع از آخرین اخبار و رویدادهای مرتبط با اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی در سطح ملی و بین‌المللی.

مصاحبه با بزرگان: گفت‌وگو با شخصیت‌های برجسته و تأثیرگذار در حوزه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی، برای الهام بخشیدن و ارائه دیدگاه‌های جدید.

مخاطبان:

مخاطبان این دوفصلنامه طیف گسترده‌ای از افراد را شامل می‌شوند، از جمله:

پژوهشگران و اساتید دانشگاه

دانشجویان رشته‌های مرتبط با اقتصاد، مدیریت، فناوری اطلاعات و هوش مصنوعی

مدیران و کارشناسان شرکت‌های فعال در حوزه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی

سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران دولتی

علاقه‌مندان به مباحث اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی

دعوت به یک سفر هیجان‌انگیز:

ما از شما دعوت می‌کنیم تا به جامعه ما بپیوندید و در این سفر هیجان‌انگیز به سوی آینده سهیم باشید. با ما همراه باشید تا:

از آخرین دستاوردهای علمی و فناوری در حوزه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی آگاه شوید.

دیدگاه‌های جدید و الهام‌بخش را کشف کنید.

با نخبگان این حوزه ارتباط برقرار کنید.

نقشی فعال در شکل‌دهی آینده ایفا کنید.

دعوت به همکاری:

ما از تمامی پژوهشگران، متخصصان و علاقه‌مندان به حوزه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی دعوت می‌کنیم تا با ارسال مقالات علمی، گزارش‌های تحلیلی و اخبار مرتبط، در غنای محتوای این دوفصلنامه سهیم باشند.



فهرست مطالب

صفحات	عناوین
۷	تأثیر هوش مصنوعی بر بازار کار در عصر دیجیتال
۱۱	تولید ناخالص داخلی سرانه در خاورمیانه
۱۳	Humanoid Robots
۱۹	بازدید میدانی از مجموعه کارآفرینی و دانش بنیان
۲۲	درصد تغییر نرخ سالیانه در آمریکا
۲۳	ابر چالش‌های سرمایه گذاری صنعتی
۲۵	بررسی ۱۰ کشور برتر از نظر صادرات محصولات کشاورزی
۲۹	خرید عرضه اولیه در شرایط حاضر
۳۳	بررسی ۱۰ کشور برتر از نظر صادرات محصولات صنعتی
۳۵	نقش اقتصاد دیجیتال در توسعه کسب و کارها
۴۰	گفتگو با مهندس علیرضا محمودی فرد
۴۸	حوزه‌های کاربرد هوش مصنوعی
۴۹	امضای تفاهم نامه همکاری
۵۱	تحدیات المواطنة الإلكترونية
۵۲	تأثیر اقتصاد دیجیتال بر بهره‌وری و رشد اقتصادی

فهرست مطالب

صفحات	عناوین
۵۸	برگزاری سومین همایش بین‌المللی مدرسه هزاره سوم
۵۹	کاربردهای اصلی هوش مصنوعی در حوزه پزشکی
۶۱	گفتگو با محمد هادی عسگری
۶۷	گفتگو با دکتر محسن صادقی نیه
۶۸	۱۰ خودروی برتر گران جهان
۷۱	استراتژی‌های ورود به بازارهای بین‌المللی
۷۷	دور حول محور نقش النانومواد فی تطویر بطاریات
۸۰	کشور برتر دنیا از نظر سرعت پیشرفت در علم و فناوری
۸۲	نقش هوش مصنوعی در بهبود ربات‌های صنعتی
۸۵	داستان موفقیت فارابی
۸۷	رونمایی از کتاب
۸۸	داستان موفقیت زکریای رازی
۹۱	بررسی ۱۰ کشور برتر دنیا از نظر گردشگری
۹۳	The Use of Nanofibers to Reinforce Tires
۹۷	بررسی تأثیرات خودروهای برقی بر محیط زیست و اقتصاد

فهرست مطالب

عناوین

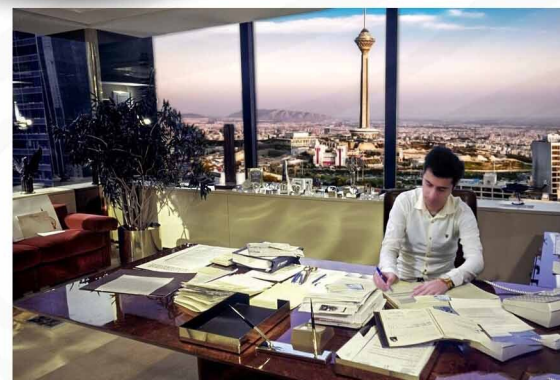
صفحات

فہرست مطالب

عناوین

صفحات

[illegible]



در عصر دیجیتال، هوش مصنوعی (AI) به یکی از قدرتمندترین فناوری‌های تحول آفرین تبدیل شده است که تأثیرات عمیقی بر جنبه های مختلف زندگی انسان، به ویژه بازار کار، گذاشته است. این فناوری با قابلیت های بی نظیر خود در پردازش داده ها، یادگیری ماشین و خودکارسازی فرآیندها، در حال تغییر ساختارهای سنتی اقتصاد و اشتغال است. با این حال، این تحولات تنها به ایجاد فرصت های جدید محدود نمی شوند، بلکه چالش های جدی مانند جابجایی شغلی، نابرابری و نیاز به مهارت های جدید را نیز به همراه آورده اند. این یادداشت علمی به

بررسی جامع تأثیرات هوش مصنوعی بر بازار کار می پردازد و راهکارهایی برای مدیریت این تغییرات ارائه می دهد.

۱. خودکارسازی و جابجایی شغلی

هوش مصنوعی با قابلیت خودکارسازی وظایف تکراری و ساده، در حال دگرگونی بسیاری از صنایع است. بر اساس گزارش های مؤسسه مک کینزی، تا سال ۲۰۳۰، حدود ۳۷۵ میلیون شغل در سطح جهانی ممکن است تحت تأثیر خودکارسازی قرار گیرند. مشاغلی مانند کارگران خط تولید، اپراتورهای ماشین آلات، کارمندان اداری و حتی برخی مشاغل خدماتی در معرض خطر جایگزینی توسط سیستم های هوش مصنوعی هستند.

این جابجایی شغلی به ویژه در صنایع سنتی مانند تولید، کشاورزی و خرده فروشی مشهود است. برای مثال، ربات های مجهز به هوش مصنوعی می توانند با دقت و سرعت بیشتری نسبت به انسان ها کار کنند، بدون اینکه خسته شوند یا نیاز به استراحت داشته باشند. این امر باعث کاهش هزینه های تولید و افزایش بهره وری می شود، اما در عین حال، نگرانی هایی درباره آینده شغلی کارگران کم مهارت ایجاد کرده است.

با این حال، جابجایی شغلی به معنای از بین رفتن کامل مشاغل نیست، بلکه تغییر ماهیت آن ها است. بسیاری از مشاغل سنتی ممکن است با ادغام فناوری های هوش مصنوعی، به شکل جدیدی ادامه یابند. برای مثال، کارگران خط تولید ممکن است به جای انجام وظایف فیزیکی، بر نظارت و مدیریت سیستم های خودکار تمرکز کنند.

۲. ایجاد مشاغل جدید و تحول در مهارت ها

در کنار جابجایی شغلی، هوش مصنوعی فرصت های شغلی جدیدی نیز ایجاد می کند. مشاغلی مانند متخصصان داده، مهندسان یادگیری ماشین، توسعه دهندگان هوش مصنوعی، تحلیل گران امنیت سایبری و طراحان سیستم های هوشمند از جمله موقعیت هایی هستند که با رشد این فناوری ظهور کرده اند. این مشاغل جدید نه تنها به مهارت های فنی پیشرفته نیاز دارند، بلکه تقاضا برای مهارت های نرم مانند تفکر انتقادی، خلاقیت و حل مسئله را نیز افزایش می دهند.



علاوه بر این، هوش مصنوعی به کارکنان امکان می دهد تا با استفاده از ابزارهای پیشرفته، بهره وری خود را افزایش دهند و بر وظایف پیچیده تر و خلاقانه تر تمرکز کنند. برای مثال، در صنعت بازاریابی، ابزارهای هوش مصنوعی می توانند داده های مشتریان را تحلیل کرده و کمپین های تبلیغاتی شخصی سازی شده ایجاد کنند. این امر به بازاریابان اجازه می دهد تا به جای انجام کارهای تکراری، بر استراتژی های خلاقانه و ارتباط با مشتریان تمرکز کنند.

با این حال، تحول در مهارت ها مستلزم سرمایه گذاری در آموزش و توسعه نیروی کار است. مؤسسات آموزشی، دولت ها و کسب و کارها باید همکاری کنند تا برنامه های آموزشی متناسب با نیازهای جدید بازار کار طراحی کنند. این برنامه ها باید شامل آموزش مهارت های دیجیتال، برنامه نویسی، تحلیل داده و همچنین مهارت های نرم مانند کار تیمی و مدیریت پروژه باشند.

۳. نابرابری در دسترسی به فرصت ها

هوش مصنوعی می تواند به افزایش نابرابری در بازار کار دامن بزند. کارکنانی که مهارت های دیجیتال و فنی دارند، از فرصت های بیشتری بهره مند می شوند، در حالی که کارگران کم مهارت ممکن است با کاهش دستمزد یا از دست دادن شغل مواجه شوند. این مسئله به ویژه در کشورهای در حال توسعه چالش برانگیز است، جایی که دسترسی به آموزش و زیرساخت های دیجیتال محدود است.

علاوه بر این، هوش مصنوعی می تواند شکاف جنسیتی در بازار کار را نیز تشدید کند. بر اساس گزارش ها، زنان به دلیل حضور کمتر در رشته های فنی و مهندسی، ممکن است از فرصت های ایجاد شده توسط هوش مصنوعی کمتر بهره مند شوند. برای کاهش این نابرابری، سیاست های آموزشی و حمایتی باید به گونه ای طراحی شوند که همه افراد، بدون توجه به جنسیت، موقعیت جغرافیایی یا سطح درآمد، بتوانند از مزایای هوش مصنوعی بهره مند شوند.

۴. تأثیر هوش مصنوعی بر بخش های مختلف اقتصادی

هوش مصنوعی تأثیرات متفاوتی بر بخش های مختلف اقتصادی دارد. در بخش خدمات، هوش مصنوعی با ارائه خدمات شخصی سازی شده مانند چت بات های پشتیبانی مشتری و سیستم های توصیه گر، تجربه مشتری را بهبود بخشیده است. در بخش سلامت، الگوریتم های هوش مصنوعی می توانند بیماری ها را زودتر تشخیص دهند و درمان های شخصی سازی شده ارائه کنند. در بخش مالی، هوش مصنوعی با تحلیل داده های بزرگ، ریسک های مالی را کاهش داده و فرآیندهای وام دهی را تسهیل می کند.

با این حال، هر بخش با چالش های خاص خود مواجه است. برای مثال، در بخش سلامت، نگرانی هایی درباره حریم خصوصی داده های بیماران وجود دارد. در بخش مالی، استفاده از هوش مصنوعی ممکن است به افزایش نابرابری در دسترسی به خدمات مالی منجر شود. بنابراین، سیاست گذاران باید قوانین و مقرراتی را برای مدیریت این چالش ها تدوین کنند.

۵. راهکارها برای مدیریت تأثیرات هوش مصنوعی بر بازار کار

برای مدیریت تأثیرات هوش مصنوعی بر بازار کار، راهکارهای زیر پیشنهاد می شود:



نتیجه گیری

هوش مصنوعی به عنوان یک نیروی محرکه در اقتصاد دیجیتال، تأثیرات دوگانه‌ای بر بازار کار دارد. از یک سو، با خودکارسازی مشاغل سنتی، چالش‌هایی مانند جابجایی شغلی و نابرابری را ایجاد می‌کند و از سوی دیگر، فرصت‌های جدیدی برای رشد و نوآوری فراهم می‌آورد. برای بهره‌برداری حداکثری از مزایای هوش مصنوعی، همکاری بین دولت‌ها، مؤسسات آموزشی و کسب‌وکارها ضروری است. تنها با سرمایه‌گذاری در آموزش، ایجاد زیرساخت‌های دیجیتال و تدوین سیاست‌های حمایتی می‌توان آینده‌ای عادلانه و پایدار برای بازار کار در عصر دیجیتال ایجاد کرد.

به قلم: پروفسور سید محمدرضا حسینی علی آباد



www.digieco-ai.ir



دوفصلنامه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی برگزار می‌کند:

جشنواره ملی هوش مصنوعی ایران

برگزاری: ۱۴۰۴/۲/۲۱

اهداف جشنواره:

شناسایی و معرفی برترین دستاوردها و نوآوری‌ها در حوزه هوش مصنوعی در ایران
ایجاد بستری برای تبادل دانش و تجربه بین متخصصان، پژوهشگران، دانشجویان و علاقه‌مندان به هوش مصنوعی
تشویق و ترغیب جوانان و نخبگان به فعالیت در زمینه هوش مصنوعی
ارتقاء سطح دانش عمومی جامعه در مورد هوش مصنوعی و کاربردهای آن
ایجاد فرصت‌های همکاری بین دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و صنایع در زمینه هوش مصنوعی

شرکت برای عموم آزاد و رایگان است

بخش ویژه: بخش هوش مصنوعی و کسب و کار بخش هوش مصنوعی و علوم انسانی بخش هوش مصنوعی و پزشکی بخش هوش مصنوعی و صنعت	کارگاه‌ها و سخنرانی‌ها: برگزاری کارگاه‌های آموزشی توسط متخصصان برجسته در زمینه‌های مختلف هوش مصنوعی سخنرانی‌های علمی و تخصصی توسط اساتید دانشگاه و پژوهشگران برگزاری پنل‌های تخصصی با حضور صاحب‌نظران در حوزه هوش مصنوعی	نمایشگاه: نمایشگاه دستاوردها و محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه هوش مصنوعی نمایشگاه پروژه‌های تحقیقاتی دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی نمایشگاه کتاب‌ها و نشریات تخصصی در زمینه هوش مصنوعی	مسابقات: مسابقه طراحی الگوریتم‌های هوش مصنوعی مسابقه توسعه نرم‌افزارهای هوشمند مسابقه ایده‌پردازی در زمینه کاربردهای هوش مصنوعی مسابقه ارائه پایان‌نامه‌های برتر در زمینه هوش مصنوعی
--	---	--	--

جوابی جشنواره:

اعطای گواهی و تندیس برای برندگان مسابقات

تقدیر از برترین شرکت‌کنندگان در بخش‌های مختلف

اعطای گواهی شرکت در جشنواره

مخاطبان جشنواره:

دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های مرتبط با هوش مصنوعی

پژوهشگران و اساتید دانشگاه

متخصصان و فعالان در صنایع مختلف

شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها

علاقه‌مندان به حوزه هوش مصنوعی

دبیر علمی: استاد مهندس علیرضا محمودی فرد
سازمان: انستیتو ملی هوش مصنوعی - اساتید دانشگاه

دبیر اجرایی: استاد دکتر سید حسن نجات
دکتری تخصصی مهندسی کامپیوتر و مدیر گروه کامپیوتر دانشگاه جامع علمی کاربردی

راه‌های ارتباطی:
alireza10m10@gmail.com
info@digieco-ai.ir
t: 0110100m100

هوش مصنوعی پیش‌ران آینده

www.digieco-ai.ir



جدول زیر ثروت کشورهای خاورمیانه را به ترتیب با تولید ناخالص داخلی سرانه آن‌ها نشان می‌دهد:

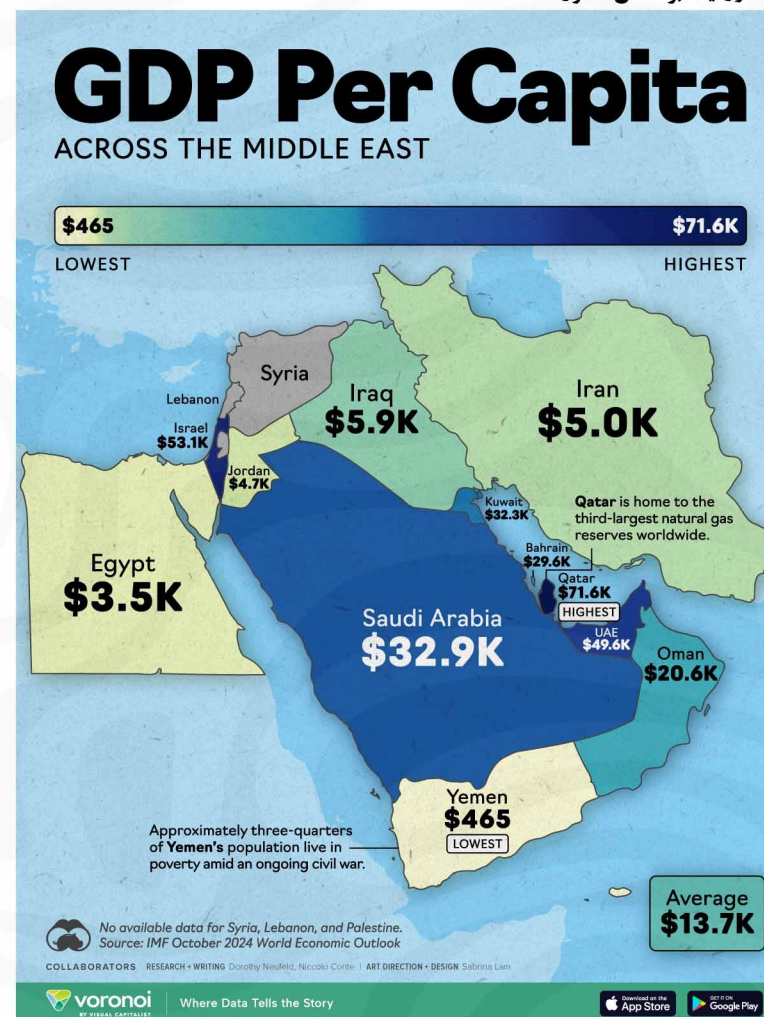
Rank	Country	GDP Per Capita in 2024
1	 Qatar	\$71,568
2	 Israel	\$53,111
3	 UAE	\$49,550
4	 Saudi Arabia	\$32,881
5	 Kuwait	\$32,290
6	 Bahrain	\$29,573
7	 Oman	\$20,631
8	 Iraq	\$5,947
9	 Iran	\$5,013
10	 Jordan	\$4,682
11	 Egypt	\$3,542
12	 Yemen	\$465
Average		\$13,696

www.digieco-ai.ir

تولید ناخالص داخلی سرانه در خاورمیانه بر اساس کشور علیرضا محمودی فرد

لینک کوتاه: <https://digieco-ai.ir/?p=۱۸۴۶>

تولید ناخالص داخلی سرانه، جزو شاخص‌های مهم اقتصادی محسوب می‌شود؛ در تصویر زیر، تولید ناخالص داخلی سرانه در منطقه خاورمیانه بر اساس کشور، آمده است.



www.digieco-ai.ir

Humanoid robots, defined as robots designed to resemble the human form, play an essential role in advancing robotics and artificial intelligence (AI). These robots are developed to perform various tasks that traditionally require human capabilities, thus bridging the gap between human functions and robotic precision. This text explores the advancements in humanoid robotics, their applications, associated challenges, and future directions in the field.

Technological Advancements in Humanoid Robotics

1.1 Mechanical Design

The design of humanoid robots is crucial for their functionality and human interaction. Modern humanoid robots feature articulated joints, sensors, and actuators that enable complex movements. Noteworthy examples include ASIMO developed by Honda, which showcases remarkable bipedal locomotion and dexterity (Honda, 2021). Advances in materials science have led to lighter, more durable robotic structures that mimic human biomechanics effectively (Aldrin, 2018).

1.2 Artificial Intelligence and Machine Learning

AI plays a pivotal role in enhancing humanoid robots' decision-making capabilities. Machine learning algorithms enable robots to process vast amounts of data, learning from interactions and adapting to new environments. For example, the development of Sophia, a social humanoid robot by Hanson Robotics, illustrates how AI can facilitate human-like



conversations and emotional responses (Rao, 2020). Reinforcement learning has also been extensively employed to enable humanoid robots to learn from trial and error (Mnih et al., 2015).

1.3 Sensory Systems

Humanoid robots are equipped with advanced sensory systems, including cameras, LiDAR, and tactile sensors, enabling them to perceive their surroundings. These systems allow for human-like perception, crucial for tasks such as navigation and interaction. Studies, such as by Hoffmann et al. (2018), demonstrate how sensory feedback can improve a robot's ability to autonomously navigate complex environments.

Applications of Humanoid Robots

Humanoid robots find applications across various domains, including healthcare, education, entertainment, and customer service.

2.1 Healthcare

In the healthcare sector, humanoid robots assist in rehabilitation and therapy. For instance, NAO, developed by SoftBank Robotics, is used in therapy for children with autism, effectively improving social interaction skills (González et al., 2020). Additionally, humanoid robots can support elderly care, providing companionship and assistance with daily tasks.

2.2 Education

Education is another domain where humanoid robots show



promise. They serve as interactive learning tools that engage students in STEM education. The use of humanoid robots like Pepper can enhance learning experiences through dynamic interactions, promoting engagement and understanding (Santos et al., 2019).

2.3 Entertainment and Customer Service

Humanoid robots have gained popularity in the entertainment industry, performing in theme parks and exhibits. For example, Robi, a humanoid robot, gained fame in Japan for its performances and interactions with the audience (Tachi et al., 2019). Additionally, they are utilized in customer service roles, providing information and assistance in various settings, such as hotels and airports.

Challenges and Ethical Considerations

3.1 Technical Challenges

The technical development of humanoid robots faces numerous challenges, including stability, energy efficiency, and the complexity of human interactions. Achieving stable bipedal locomotion remains a significant hurdle, as exemplified in research by Kang et al. (2021), which focuses on the dynamics of human-like walking.

3.2 Ethical Considerations

The integration of humanoid robots into society raises ethical questions regarding privacy, employment, and social interaction. As humanoid robots become more integrated into daily life, concerns about their potential



to replace human jobs become more pronounced (Borenstein et al., 2017). Additionally, the notion of emotional attachment to robots prompts discussions about the implications of human-robot relationships (Sharkey & Sharkey, 2012).

Future Directions

The future of humanoid robotics is promising, with significant research focusing on enhancing autonomy, improving human-robot interaction, and exploring social implications.

4.1 Enhancing Autonomy

Future developments aim to create more autonomous humanoid robots capable of performing complex tasks with minimal human intervention. This includes advances in AI systems that can learn and adapt in real-time, leading to more responsive and intelligent robots.

4.2 Human-Robot Interaction

Improving human-robot interaction is paramount for the successful integration of humanoid robots into society. Research in affective computing explores ways to enable robots to recognize and respond to human emotions, enhancing social engagement and fostering more natural interactions (Picard, 1997).

4.3 Societal Implications

The societal implications of humanoid robotics necessitate further exploration. As robots take on more roles traditionally held by humans, understanding public perception, acceptance, and trust in these technologies becomes critical for their successful deployment and societal impact (Kelley et al., 2021).



Conclusion

Humanoid robots represent a fascinating convergence of engineering, AI, and social sciences, showcasing the potential to transform various aspects of personal and professional life. While significant challenges remain, advances in technology and a focus on ethical considerations will shape the trajectory of this field. As humanoid robots continue to evolve, understanding their implications will be key to leveraging their capabilities for societal benefit.

Eng. Alireza Mahmoodi Fard – Researcher, consultant and lecturer at universities and schools



www.digieco-ai.ir



طراحی‌فر

انجام کلیه خدمات گرافیکی:
پست و استوری، موشن گرافی، لوگو،
پوستر، جلد کتاب، کارت ویزیت،
تراکت، سربرگ، کارت پستال و...



@tarahifar

۰۹۳۵۶۳۶۷۰۲۰



www.digieco-ai.ir



دکتر محمد هادی عسگری رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران ضمن بازدید از شرکت تولیدی مکانیزه چاپ کیسه بزه بال در استان گیلان، طی نشست با مهندس بابایی مدیر عامل شرکت و عضو پیوسته انجمن مدیریت کسب و کار ایران، بمنظور بهبود روند فعالیت شرکت تکانی را بیان نمودند.

در نشست رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران با مدیران این شرکت، ضمن بررسی و تحلیل نقاط قوت و ضعف شرکت مذکور و فرصت ها و تهدیدهای محیطی با توجه شرایط اقتصادی کشور، در زمینه های تحقیقات بازاریابی، راه کارهای اخذ تسهیلات بانکی، بهبود روند تولید و فروش، نحوه مدیریت منابع انسانی، نحوه ورود به بازار های خارجی و حضور در نمایشگاه های بین المللی راه کارهایی ارائه گردید.

حلیل بازار، استراتژی های فروش و استراتژی های قیمت گذاری، با توجه به شرایط بازار، تقسیم و طبقه بندی بازار و مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) از مهمترین نکاتی بود که از سوی دکتر محمد هادی عسگری رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران مورد تاکید قرار گرفت.
شرکت تولیدی مکانیزه چاپ کیسه بزه بال یکی از بزرگترین تولیدکننده های کیسه های برنج، حبوبات، قهوه و خشکبار در استان شمالی می باشد.
این واحد تولیدی با بکار گیری بیش از ۴۵ نیروی ماهر، کار طراحی، چاپ و بسته بندی را در فضایی به مساحت ۸۰۰ متر مربع انجام و محصولات خود را به کارخانجات برنج و چای منطقه ارائه می نماید.

این شرکت در حال حاضر با بیش از یکصد کارخانه برنجکوبی در بخش تامین بسته بندی همکاری دارد. شرکت مذکور از سال ۱۳۹۵ فعالیت خود را آغاز کرده و مهندس بابایی کارآفرین این واحد تولیدی با کمک همسر خود بطور مشترک آنرا مدیریت می کنند.
۹۸ درصد نیروی کار این واحد تولیدی را خانمها تشکیل می دهند که سرپرستی خانوارها را به عهده دارند. ظرفیت تولید این شرکت سالانه در دو شیفت کاری ۲ میلیون و ۱۹۶ هزار دوخت کیسه و با تیراژ بیش از ۲ میلیون و ۸۸۰ هزار چاپ بوده و مصرف ماهانه پارچه این واحد تولیدی نیز ۸۴۰ متر مربع متقال می باشد.
در این بازدید دکتر غلامی رئیس کمیته توسعه شعب انجمن و دکتر صباغی رئیس کمیته هوش مصنوعی، متاورس و بلاکچین انجمن مدیریت کسب و کار ایران، رئیس انجمن را همراهی کردند.

طراحینفر

انجام کلیه خدمات گرافیکی:

پست و استوری، موشن گرافیک، لوگو،
پوستر، جلد کتاب، کارت ویزیت، تراکت
، سربرگ، کارت پستال و...

@tarahifar ۰۹۳۵۶۳۶۷۰۲۰



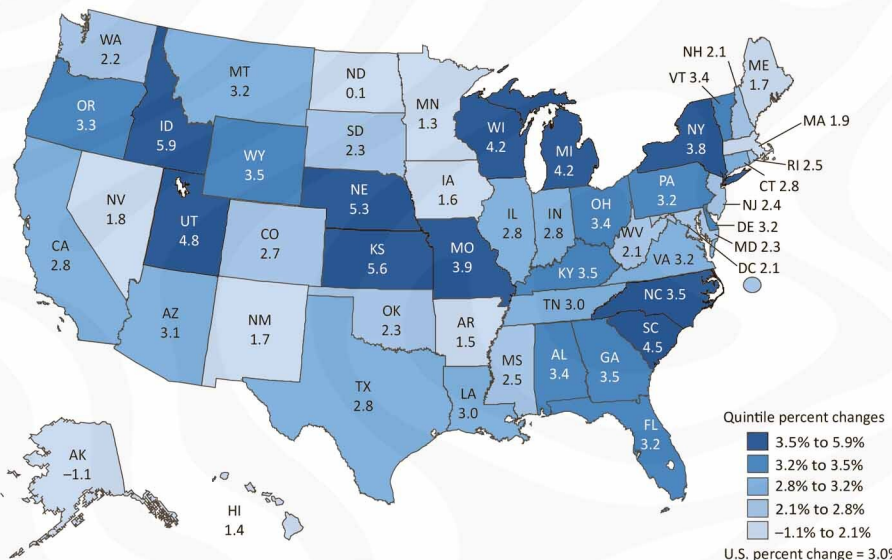
www.digieco-ai.ir



www.digieco-ai.ir



Real GDP: Percent Change at Annual Rate, 2024:Q1–2024:Q2



U.S. Bureau of Economic Analysis



GDP
GROSS
DOMESTIC
PRODUCT

www.digieco-ai.ir



www.smkbb.confashr.ir



مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۱ و مرکز خدمات مشاوره‌ای مدیریت و امور بازرگانی شهر تجارت ایرانیان برقرار می‌کنند:

مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۱ و مرکز خدمات مشاوره‌ای مدیریت و امور بازرگانی شهر تجارت ایرانیان برقرار می‌کنند:

کنفرانس ملی مدیریت استراتژیک در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان: رویکردی به سوی توسعه پایدار



محورهای کنفرانس:

۱. مدیریت استراتژیک در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
 - تدوین و اجرای استراتژی‌های نوآورانه
 - نقش دولت، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی در توسعه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
 - سیاست‌گذاری و حمایت‌های مالی و قانونی از کسب‌وکارهای دانش‌محور
 - شبکه‌سازی و همکاری‌های بین‌المللی در حوزه دانش‌بنیان
۲. توسعه پایدار و مسئولیت اجتماعی در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
 - نقش کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در دستیابی به اهداف توسعه پایدار (SDGs)
 - مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (CSR) در کسب‌وکارهای دانش‌محور
 - مدیریت منابع و پایداری محیطی در کسب‌وکارهای نوآورانه
۳. نوآوری و فناوری در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
 - مدیریت نوآوری و انتقال فناوری
 - نقش فناوری‌های نوین (هوش مصنوعی، بلاکچین، اینترنت اشیا و ...) در توسعه کسب‌وکارها
 - چالش‌های تجاری‌سازی فناوری و محصولات دانش‌بنیان
۴. آگوسیسو نوآوری و نقش نهادهای حامی
 - نقش دولت، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی در توسعه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
 - سیاست‌گذاری و حمایت‌های مالی و قانونی از کسب‌وکارهای دانش‌محور
 - شبکه‌سازی و همکاری‌های بین‌المللی در حوزه دانش‌بنیان
۵. مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
 - جذب سرمایه و مدیریت ریسک در کسب‌وکارهای نوپا
 - نقش صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر و شتاب‌دهنده‌ها
 - مدل‌های درآمدی و قیمت‌گذاری در کسب‌وکارهای دانش‌محور
۶. مدیریت منابع انسانی و فرهنگ سازمانی در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
 - جذب و نگهداری استعدادها در کسب‌وکارهای دانش‌محور
 - توسعه فرهنگ نوآوری و کارآفرینی در سازمان‌ها
 - آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی در حوزه‌های دانش‌بنیان

شورای عالی کنفرانس:

دکتر سید محمدرضا حسینی علی‌آباد - ریاست کنفرانس

دکتر شهاب‌الدین - دبیر کنفرانس علمی و فنی

دکتر مریم حبیبی - دبیر کنفرانس اجرایی

آدرس: دبیرخانه و محل برگزاری:
تهران-خیابان انقلاب، بین چهارراه ولی عصر و حافظ،
ضلع شرقی پارک دانشجو، خیابان استاد شهریار، پلاک ۱۶

پاسخگو:

۰۹۰۱۱۹۶۹۴۸۴
info@irasi.ir

www.digieco-ai.ir





سرمایه‌گذاری حوزه صنعت دارای ابعاد گوناگون و مولفه‌های بسیاری است؛ لکن سه محور کاهش ریسک، افزایش جاذبه‌ها، دستیابی به تکنولوژی از موضوعات مهمی هستند که قابلیت برنامه‌ریزی کردن را دارند و می‌توان نسبت به آن‌ها اقدام‌های کارشناسانه‌ای صورت گیرد. با اینکه موضوعات سیاسی در صنعت کشور تأثیر گذار است، لکن صنعت دارای چالش‌هایی است که به عقیده کارشناسان در صورت تدوین برنامه‌ای کارشناسی شده که سناریوهای مختلفی را دیده باشد، این قابلیت را دارد که شاهد رشد بیش از پیش آن بود.

رشد اقتصادی سبب باز شدن گره بسیاری از مشکلات از جمله اشتغال، فقر، توسعه زیرساخت‌ها، ارتقای جایگاه کشور در شاخص‌های اقتصادی و... خواهد شد، لذا موضوع رشد اقتصادی که صنعت رکن اصلی آن می‌باشد، به عنوان اصلی‌ترین هدف دولت‌ها همواره مورد توجه بوده است. از سوی دیگر نیز، صنعت به عنوان مهم‌ترین و متنوع‌ترین بخش اقتصادی، دارای اهمیت و جایگاه ویژه‌ای است. با این حال، مجموعه‌ای از عوامل از جمله سیاست‌های نه چندان کارآمد ارزی، سیاست‌های پولی و بانکی و همچنین کاهش نسبی هزینه‌های عمرانی طی یک دهه گذشته سبب کاهش سهم بخش صنعت از کل سرمایه‌گذاری‌های اقتصاد ایران شده است.

تدوین برنامه‌های اجرایی صنعتی و نقشه راه صنعت در حوزه‌های مختلف با در نظر گرفتن عوامل اثرگذار داخلی و خارجی و میزان اثرات هر کدام از مولفه‌ها، سبب کاهش ریسک سرمایه‌گذاری خواهد شد. برنامه‌های صنعتی موضوعات بسیاری را شامل می‌شود که

از موضوعات دیگر این است که سرمایه‌گذاری در بخش صنعت، به صورت نامتوازن و اصطلاحاً بدون تناسب بوده و نیمی از سرمایه‌گذاری‌های بخش صنعت در صنایع «تولید مواد شیمیایی و فراورده‌های شیمیایی»، «تولید فلزات پایه»، «تولید کک و فراورده‌های حاصل از پالایش نفت» و انرژی و ذخایر معدنی متمرکز شده که چنین الگوهای سرمایه‌گذاری نشان از تضعیف دیگر حوزه‌های صنایع کشور دارد. استمرار این وضعیت، سبب از دست دادن جایگاه دیگر صنایع در اقتصاد خواهد شد.



دکتر ملیکا ملک آرا / پژوهشگر و فعال اقتصادی



با توجه به اینکه حدود ۵۷۹ شهرک صنعتی و ۴۷۸ ناحیه صنعتی مصوب در کشور وجود دارد، لذا توجه ویژه به این تعداد واحد صنعتی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه صنایع دیگر شود. خصوصاً صنایع کوچک و متوسطی که بیش از ۹۰ درصد سهم از کل صنعت را شامل می‌شود به عنوان سرپنجه‌های تولید، نقش حائز اهمیت را در اقتصاد کشور ایفا می‌نمایند که می‌توانند بخشی از فعالیت‌های برون‌سپاری صنایع بزرگ محسوب شوند که قطعاً این امر، هزینه‌های تولید را کاهش خواهد داد. طی دهه گذشته حمایت‌های خوبی از صنایع کوچک و متوسط شد، لکن این بسته‌های حمایتی، دیگر امروز پاسخگوی نیاز سرمایه‌گذاران بخش صنعت نیست و نیاز به به‌روزرسانی دارد تا جاذبه‌های سرمایه‌گذاری را افزایش دهد.



صادرات محصولات کشاورزی به عنوان یکی از ارکان مهم تجارت جهانی، نقش قابل توجهی در تأمین امنیت غذایی و رشد اقتصادی کشورهای تولیدکننده دارد. در سال ۲۰۲۴، برخی کشورها به خاطر منابع طبیعی غنی، زمین‌های حاصلخیز و تکنولوژی‌های نوین در تولید، از جمله برترین صادرکنندگان محصولات کشاورزی هستند. در این متن به بررسی ۱۰ کشور برتر از نظر صادرات محصولات کشاورزی پرداخته خواهد شد.

ایالات متحده آمریکا

ایالات متحده آمریکا به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده محصولات کشاورزی در جهان، با صادرات حدود ۲۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴ شناخته می‌شود. این کشور به خصوص در تولید سویا، ذرت و گندم، پیشرو است و سهم زیادی از بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده است (USDA, ۲۰۲۳).

برزیل

برزیل با صادراتی نزدیک به ۱۳۰ میلیارد دلار، به عنوان دومین صادرکننده محصولات کشاورزی شناخته می‌شود. تولیدات عمده این کشور شامل سویا، قهوه و قند است و برزیل یکی از بزرگ‌ترین تأمین‌کنندگان غذا در جهان به حساب می‌آید (CONAB, ۲۰۲۳).

اتحادیه اروپا

بیشتر کشورهای اتحادیه اروپا به ویژه فرانسه، آلمان و هلند، به عنوان یک بلوک تجاری قوی، مجموع صادرات محصولات کشاورزی آن‌ها در سال ۲۰۲۴ به حدود ۱۲۰ میلیارد دلار می‌رسد. محصولات کشاورزی مانند پنیر و میوه‌جات و مشتقات آن‌ها در این منطقه از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند (European Commission, ۲۰۲۳).

چین

چین با صادرات حدود ۱۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴، به عنوان یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان محصولات کشاورزی جهانی شناخته می‌شود. چین در تولید برنج، سبزیجات و میوه‌ها، دارای مزیت رقابتی است (National Bureau of Statistics of China, ۲۰۲۳).

آرژانتین

آرژانتین با صادرات قریب به ۴۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴، مخصوصاً در زمینه صادرات سویا و ذرت نقش اساسی ایفا می‌کند. این کشور به عنوان یکی از تولیدکنندگان اصلی محصولات کشاورزی در آمریکای جنوبی شناخته می‌شود (Ministry of Agriculture, Argentina, ۲۰۲۳).

هند با صادراتی نزدیک به ۳۸ میلیارد دلار، در زمینه محصولات کشاورزی مانند برنج، ادویه‌جات و میوه‌جات حضور فعال دارد. این کشور به دلیل تنوع اقلیمی و کشاورزی سستی خود، نسبت به تولید محصولات متعدد مشهور است (Ministry of Commerce and Industry, India, ۲۰۲۳).

کانادا
کانادا با صادرات حدود ۳۶ میلیارد دلار، به‌ویژه در تولید گندم و تخم‌مرغ شناخته می‌شود. این کشور با اقلیم مناسب، توانسته است محصولات کشاورزی با کیفیتی را به بازارهای جهانی عرضه کند (Statistics Canada, ۲۰۲۳).

مکزیک
مکزیک با صادرات نزدیک به ۳۵ میلیارد دلار، به‌عنوان صادرکننده اصلی میوه‌جات و سبزیجات، علی‌الخصوص آووکادو و گوجه‌فرنگی شناخته می‌شود. این کشور از نقاط قوت کشاورزی خود در بازارهای آمریکای شمالی بهره می‌برد (Secretariat of Agriculture and Rural Development, Mexico, ۲۰۲۳).

تایلند
تایلند با صادرات حدود ۳۰ میلیارد دلار، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان برنج در جهان شناخته می‌شود. همچنین تولید میوه‌های استوایی و غذاهای دریایی از دیگر محصولات صادراتی این کشور است (Thai Ministry of Commerce, ۲۰۲۳).

نیجریه
نیجریه با صادراتی نزدیک به ۲۵ میلیارد دلار، به‌عنوان یکی از صادرکنندگان اصلی محصولات کشاورزی در آفریقا شناخته می‌شود. صادرات محصولات مانند کاکائو و بادام‌زمینی از ویژگی‌های بارز این کشور است (Nigerian Institute of Agricultural Research, ۲۰۲۳).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

این کشورهای نام‌برده به‌عنوان برترین صادرکنندگان محصولات کشاورزی در سال ۲۰۲۴، می‌توانند به‌عنوان الگویی برای سایر کشورهای جهان قرار گرفته و این‌ها نشان‌دهنده توانمندی‌های کشاورزی و استراتژی‌های تجاری موفق در این زمینه هستند. صادرات محصولات کشاورزی نه تنها به تأمین امنیت غذایی جهانی کمک می‌کند، بلکه به توسعه اقتصادی و بهبود معیشت کشاورزان نیز منجر می‌شود.

گردآوری: علیرضا محمودی فرد - سردبیر رسانه کلام

www.digieco-ai.ir

www.digieco-ai.ir





عرضه اولیه (Initial Public Offering یا IPO) به فرآیندی اطلاق می‌شود که در آن یک شرکت برای اولین بار سهام خود را به عموم مردم عرضه می‌کند. این فرآیند معمولاً به منظور جمع‌آوری سرمایه برای توسعه کسب و کار، پرداخت بدهی‌ها یا تأمین مالی پروژه‌های جدید انجام می‌شود. در ادامه به برخی از ویژگی‌ها و مزایای عرضه اولیه اشاره می‌کنیم:

ویژگی‌های عرضه اولیه:
تبدیل به شرکت عمومی: پس از عرضه اولیه، شرکت به یک شرکت عمومی تبدیل می‌شود

و سهام آن در بازار بورس معامله می‌شود.
افزایش سرمایه: شرکت از طریق فروش سهام به عموم، سرمایه جدیدی جذب می‌کند که می‌تواند برای رشد و توسعه استفاده شود.

شفافیت مالی: شرکت‌ها پس از تبدیل به شرکت‌های عمومی، ملزم به ارائه گزارش‌های مالی منظم و شفاف به سرمایه‌گذاران و نهادهای نظارتی هستند.

مزایای عرضه اولیه:
دسترسی به سرمایه: شرکت‌ها می‌توانند به راحتی به منابع مالی جدید دسترسی پیدا کنند.
افزایش اعتبار: تبدیل به یک شرکت عمومی می‌تواند اعتبار و شهرت شرکت را افزایش دهد.

توسعه و گسترش: با جذب سرمایه، شرکت‌ها می‌توانند پروژه‌های جدید را آغاز کنند و به گسترش فعالیت‌های خود بپردازند.

۴. خروج سرمایه‌گذاران اولیه: سرمایه‌گذاران اولیه (مانند سرمایه‌گذاران خطرپذیر) می‌توانند از طریق فروش سهام خود در عرضه اولیه، سود قابل توجهی کسب کنند.

- ریسک‌های عرضه اولیه: عرضه اولیه می‌تواند با ریسک‌هایی همراه باشد، از جمله نوسانات قیمت سهام و عدم اطمینان از موفقیت شرکت.

- تحقیقات قبل از سرمایه‌گذاری: سرمایه‌گذاران باید قبل از سرمایه‌گذاری در عرضه اولیه، تحقیقات دقیقی انجام دهند و از وضعیت مالی و عملکرد شرکت آگاه شوند.

به طور کلی، عرضه اولیه یک مرحله مهم در رشد و توسعه شرکت‌ها به شمار می‌آید و می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای سرمایه‌گذاران و شرکت‌ها ایجاد کند.

عرضه اولیه (IPO) همانطور که فرصت‌های جذابی برای سرمایه‌گذاری ارائه می‌دهد، خطرات و چالش‌های خاص



خود را نیز به همراه دارد. درک این خطرات برای سرمایه‌گذاران، به ویژه سرمایه‌گذاران تازه‌کار، بسیار مهم است. در اینجا به برخی از مهم‌ترین خطرات عرضه اولیه اشاره می‌کنیم:

۱. نوسانات شدید قیمت سهام:
عدم قطعیت قیمت‌گذاری: قیمت سهام در عرضه اولیه اغلب بر اساس ارزش‌گذاری شرکت و میزان تقاضا تعیین می‌شود. این قیمت‌گذاری ممکن است دقیق نباشد و پس از عرضه، قیمت سهام دچار نوسانات شدید شود مخصوصاً با قوانین جدید کشف قیمت توسط صندوق‌ها و همچنین عدم امکان خروج پله‌ای برای سهام زیر پنج میلیون ریال (با توجه به شرایط حاضر اکثراً به هر کد زیر پنج میلیون ریال تخصیص می‌یابد) این امر بسیار مهم است.

حساسیت به اخبار: قیمت سهام در عرضه اولیه به شدت تحت تأثیر اخبار و رویدادهای مرتبط با شرکت، بازار و اقتصاد قرار دارد. اخبار منفی می‌تواند منجر به کاهش سریع قیمت سهام شود.

هیجان بازار: گاهی اوقات، هیجان و جو روانی بازار باعث می‌شود قیمت سهام به صورت غیرمنطقی افزایش یابد و سپس با سقوط ناگهانی مواجه شود.

۲. اطلاعات محدود و عدم شفافیت:
سابقه عملکرد محدود: شرکت‌هایی که تازه وارد بورس می‌شوند، معمولاً سابقه عملکرد طولانی ندارند و اطلاعات کافی برای تحلیل دقیق در دسترس نیست.

ابهام در ارزش‌گذاری: ارزش‌گذاری شرکت‌های تازه وارد به بورس، پیچیده‌تر است و ممکن است با ابهاماتی همراه باشد.

عدم شفافیت کامل: گاهی اوقات شرکت‌ها تمام اطلاعات لازم را به طور شفاف و کامل در اختیار سرمایه‌گذاران قرار نمی‌دهند.

۳. ریسک‌های خاص شرکت:
عدم موفقیت: احتمال دارد شرکت پس از عرضه اولیه، نتواند به اهداف خود دست یابد و عملکرد ضعیفی داشته باشد.

مدیریت ناکارآمد: مدیریت ضعیف شرکت، می‌تواند منجر به زیان‌های مالی و کاهش ارزش سهام شود.

رقابت شدید: شرکت ممکن است با رقابت شدید در بازار مواجه شود و نتواند سهم بازار خود را حفظ کند.

البته باید به چشم‌اندازهای شرکت در آینده نیز توجه کنیم که آیا خدمات این شرکت در زمان‌های آینده چقدر تقاضا خواهد داشت این یکی از مهم‌ترین شاخص‌های ارزش شرکت و طبیعتاً قیمت سهام همین مورد خواهد بود



۴. کاهش نقدشوندگی:

عدم معامله سهام: ممکن است سهام عرضه اولیه در بازار ثانویه (بورس) به راحتی معامله نشود و سرمایه گذاران نتوانند به سرعت سهام خود را به فروش برسانند.

حجم معاملات پایین: حجم معاملات پایین سهام، می تواند منجر به کاهش قیمت سهام شود.

۵. دستکاری بازار:

دستکاری قیمت: گاهی اوقات ممکن است برخی از سرمایه گذاران با هدف سودجویی، اقدام به دستکاری قیمت سهام کنند.

ایجاد تقاضای کاذب: ممکن است تقاضای کاذبی برای سهام ایجاد شود تا قیمت آن به صورت مصنوعی افزایش یابد.

۶. احتمال تخصیص نیافتن سهام:

تعداد محدود سهام: تعداد سهام عرضه شده در عرضه اولیه محدود است و ممکن است به همه متقاضیان سهام تعلق نگیرد و یا در صورت تخصیص ممکن است تعداد سهام محدودی به هر کد تخصیص یابد (تامین مالی از راه هایی مانند فروش سهام دیگر یا نقد کردن سایر سرمایه ها به امید خرید سهام بالای شرکت یکی از ریسک های بزرگ در این شرایط است)

اولویت های تخصیص: شرکت ها ممکن است اولویت های خاصی برای تخصیص سهام داشته باشند و برخی از سرمایه گذاران نتوانند سهام مورد نظر خود را دریافت کنند.

۷. هزینه های پنهان:

کارمزدها و هزینه های جانبی: سرمایه گذاران در عرضه اولیه ممکن است با کارمزدها و هزینه های جانبی دیگر روبرو شوند که می تواند سود نهایی آن ها را کاهش دهد

تحقیق و بررسی: قبل از سرمایه گذاری در عرضه اولیه، حتماً تحقیقات کاملی در مورد شرکت انجام دهید و از وضعیت مالی، عملکرد و چشم اندازهای آن مطلع شوید.

ریسک پذیری: فقط سرمایه ای را که تحمل از دست دادنش را دارید، در عرضه اولیه سرمایه گذاری کنید. مشورت با متخصصین: قبل از سرمایه گذاری، با مشاوران مالی مجرب مشورت کنید و در کلاس های آموزشی شرکت کنید.

سرمایه گذاری بلندمدت: اگر به سرمایه گذاری در عرضه اولیه فکر می کنید، دیدگاه بلندمدت داشته باشید و از تصمیم گیری های احساسی خودداری کنید.

در نهایت، عرضه اولیه می تواند فرصتی برای کسب سود باشد، اما با خطراتی نیز همراه است. سرمایه گذاران باید با آگاهی کامل از این خطرات، اقدام به سرمایه گذاری کنند.

در زمان گذشته عرضه های اولیه باتوجه به قیمت پایین در زمان عرضه دارای سود دهی فراوانی بودند که این امر باعث بازدهی زود هنگام این سهام می شد و آن ها را به سهام ارزنده تبدیل میکرد اما در حال حاضر باتوجه به قوانین جدید باید با دقت بیشتری نسبت به انتخاب سهام و شرکت در عرضه اولیه اقدام نماییم. یکی دیگر از دلایل افزایش قیمت عرضه های اولیه این است که ابتدا سهام برای صندوق های سرمایه گذاری عرضه می شود و آنها با استفاده از منابع مالی سرمایه گذاران مردمی شان نسبت به خرید سهام اقدام می کنند که گاها با قیمت های بالا خرید می کنند. سپس بعد از اتمام خرید صندوق ها سهام باقی مانده برای عموم مردم به روش بوک بیلدینگ به فروش می رسد و این امر باعث افزایش قیمت عرضه اولیه میشود در هر حال در انتهای مطالب باید بیان کنیم که برای خرید عرضه اولیه در این شرایط اولاً باید مطالب فوق بررسی شود و علاوه بر آن خرید عرضه های اولیه برای افراد با برنامه کوتاه مدت به هیچ عنوان توصیه نمیشود اما برای سهام ارزنده و شرکت های معتبر بهتر است با برنامه و دید بلند مدت نسبت به خرید سهام اقدام کنیم.

به قلم: دکتر محمدرضا صفری چاکری -
دکتری مدیریت کسب و کار



صادرات محصولات صنعتی نقش کلیدی در اقتصاد جهانی و رشد پایدار کشورها ایفا می‌کند. در سال ۲۰۲۴، برخی کشورها به دلیل قدرت تولید، فناوری پیشرفته و ظرفیت‌های انسانی، به عنوان برترین صادرکنندگان محصولات صنعتی شناخته می‌شوند. در این متن به بررسی ۱۰ کشور برتر از نظر صادرات محصولات صنعتی پرداخته خواهد شد.

چین
چین به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده محصولات صنعتی در جهان، با صادراتی به ارزش حدود ۲.۵ تریلیون دلار در سال ۲۰۲۴ شناخته می‌شود. این کشور در زمینه تولید الکترونیک، ماشین‌آلات و کالاهای مصرفی دارای برتری خاصی است (National Bureau of Statistics of China, ۲۰۲۳).

ایالات متحده آمریکا
ایالات متحده با صادراتی در حدود ۱.۹ تریلیون دلار، در رده دوم قرار دارد. صنایع خودروسازی، فناوری اطلاعات و تجهیزات پزشکی از جمله بخش‌های کلیدی صادرات این کشور هستند (U.S. Census Bureau, ۲۰۲۳).

آلمان
آلمان به عنوان سومین صادرکننده بزرگ محصولات صنعتی، با صادراتی نزدیک به ۱.۴ تریلیون دلار، به ویژه در زمینه اتومبیل، ماشین‌آلات صنعتی و فناوری‌های پیشرفته شناخته می‌شود. این کشور به عنوان پایتخت صنعت اروپایی نیز معروف است (Federal Statistical Office of Germany, ۲۰۲۳).

ژاپن
ژاپن با صادراتی معادل ۷۰۰ میلیارد دلار، در صنایع الکترونیک، خودرو و ماشین‌آلات پیشرفته، جایگاه ویژه‌ای دارد. این کشور به دلیل نوآوری و تحقیق و توسعه فعال در زمینه فناوری‌ها، توانسته است به بازارهای جهانی ورود پیدا کند (Japan External Trade Organization, ۲۰۲۳).



کره جنوبی
کره جنوبی با صادراتی بالغ بر ۶۰۰ میلیارد دلار، در زمینه فناوری‌های پیشرفته و الکترونیک، به ویژه در تولید نیمه رساناها و نمایشگرهای الکترونیکی، بسیار موفق عمل کرده است (Korea International Trade Association, ۲۰۲۳).

هلند
هلند با صادراتی در حدود ۴۰۰ میلیارد دلار، به عنوان یک مرکز تجاری مهم در قاره اروپا شناخته می‌شود. صادرات مواد شیمیایی، ماشین‌آلات و محصولات غذایی صنعتی، از ویژگی‌های بارز این کشور است (Statistics Netherlands, ۲۰۲۳).

فرانسه
فرانسه با صادراتی نزدیک به ۳۸۰ میلیارد دلار، در صنایع خودروسازی، داروسازی و تجهیزات هوافضا به عنوان یک کشور پیشرو شناخته می‌شود. این کشور به دلیل برندهای معروف جهانی مانند رنو و پژو، در بازارهای بین‌المللی جایگاه قوی دارد (French Customs, ۲۰۲۳).

بریتانیا
بریتانیا با صادرات حدود ۳۵۰ میلیارد دلار، در صنایع داروسازی، تجهیزات پزشکی و کالاهای مصرفی فعال است. این کشور به دلیل نوآوری و تحقیق و توسعه، از رقابتی جدی در بازارهای جهانی است (UK Government, ۲۰۲۳).

ایتالیا
ایتالیا با صادراتی نزدیک به ۳۳۰ میلیارد دلار، در صنایع ماشین‌آلات، مد و طراحی و محصولات مواد غذایی صنعتی از کشورهایی با برندهای مشهور جهانی برخوردار است (Italian National Institute of Statistics, ۲۰۲۳).

هند
هند با صادراتی معادل ۲۵۰ میلیارد دلار، در زمینه صنایع الکترونیک، خودرو و محصولات شیمیایی فعال است. این کشور به دلیل نیروی کار جوان و متنوع خود، در حال رشد و توسعه در زمینه صادرات صنعتی است (Ministry of Commerce and Industry, India, ۲۰۲۳).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
این ۱۰ کشور به عنوان برترین صادرکنندگان محصولات صنعتی در سال ۲۰۲۴، نمایانگر توانمندی‌های صنعتی و استراتژی‌های تجاری موفق در این زمینه هستند. صادرات محصولات صنعتی نه تنها به توسعه اقتصادی کشورها کمک می‌کند، بلکه باعث افزایش فرصت‌های شغلی و بهبود کیفیت زندگی در سطح جهانی نیز می‌شود.

گردآور: علیرضا محمودی فرد - سردبیر رسانه فرا اقتصاد بین الملل



کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs) به عنوان موتور محرکه اقتصاد بسیاری از کشورها، نقشی حیاتی در ایجاد اشتغال، نوآوری، رشد اقتصادی و توسعه منطقه‌ای ایفا می‌کنند. در عصر حاضر، اقتصاد دیجیتال با ارائه فرصت‌های بی‌شمار، بستری مناسب برای توسعه و رشد این دسته از کسب و کارها فراهم آورده است. این یادداشت علمی به بررسی جامع و دقیق نقش اقتصاد دیجیتال در توسعه SMEs می‌پردازد و ابعاد مختلف این موضوع را با جزئیات کامل مورد بررسی قرار می‌دهد.

اقتصاد دیجیتال که بر پایه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (ICT) شکل گرفته است، شامل طیف وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی است که با استفاده از اینترنت، تلفن‌های همراه، شبکه‌های اجتماعی، داده‌های بزرگ، هوش مصنوعی، بلاک‌چین و سایر فناوری‌های دیجیتال انجام می‌شوند. این اقتصاد با ایجاد تغییر در نحوه تولید، توزیع، بازاریابی، فروش و تعاملات کسب و کارها، فرصت‌های جدیدی را برای رشد و توسعه SMEs فراهم کرده است.

تعریف کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs):

تعریف دقیق SMEs بسته به کشور و سازمان‌های مختلف، متفاوت است. با این حال، به طور کلی، SMEs به کسب و کارهایی اطلاق می‌شود که دارای ویژگی‌های زیر هستند:

تعداد کارکنان محدود: معمولاً کمتر از ۲۵۰ نفر.

گردش مالی محدود: میزان مشخصی از درآمد سالانه.

استقلال مدیریتی: مالک یا مالکان، مدیریت کسب و کار را بر عهده دارند.

سهم بازار محدود: در مقایسه با شرکت‌های بزرگ، سهم بازار کمتری دارند.

نقش اقتصاد دیجیتال در توسعه SMEs:

اقتصاد دیجیتال از طرق مختلف به توسعه SMEs کمک می‌کند که در ادامه به تفصیل به آن‌ها می‌پردازیم:



دسترسی به بازارهای گسترده‌تر:

تجارت الکترونیک: پلتفرم‌های تجارت الکترونیک (مانند فروشگاه‌های آنلاین، بازارهای مجازی) به SMEs امکان می‌دهند تا بدون نیاز به سرمایه‌گذاری‌های سنگین در ایجاد فروشگاه‌های فیزیکی، محصولات و خدمات خود را به مخاطبان گسترده‌تری در سطح ملی و بین‌المللی عرضه کنند.

بازاریابی دیجیتال: ابزارهای بازاریابی دیجیتال (مانند موتورهای جستجو، شبکه‌های اجتماعی، ایمیل مارکتینگ) به SMEs کمک می‌کنند تا با هزینه‌ای کمتر نسبت به روش‌های سنتی، مخاطبان هدف خود را شناسایی کرده و با آن‌ها ارتباط برقرار کنند.

کاهش موانع ورود به بازار: اقتصاد دیجیتال با کاهش هزینه‌های بازاریابی، توزیع و ارتباطات، موانع ورود به بازار را برای SMEs کاهش می‌دهد و به آن‌ها امکان می‌دهد تا با شرکت‌های بزرگ‌تر رقابت کنند.

هزینه‌های عملیاتی: استفاده از فناوری‌های دیجیتال می‌تواند به کاهش هزینه‌های عملیاتی SMEs، مانند هزینه‌های اداری، ارتباطات، انبارداری و حمل‌ونقل کمک کند.

هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات: بازاریابی دیجیتال معمولاً ارزان‌تر و مؤثرتر از روش‌های سنتی بازاریابی است. هزینه‌های نیروی انسانی: اتوماسیون فرآیندها با استفاده از نرم‌افزارها و ابزارهای دیجیتال می‌تواند به کاهش نیاز به نیروی انسانی و در نتیجه کاهش هزینه‌های مربوط به آن منجر شود.

بهبود بهره‌وری:

اتوماسیون فرآیندها: نرم‌افزارها و ابزارهای دیجیتال می‌توانند فرآیندهای مختلف کسب و کار، مانند مدیریت مالی، مدیریت مشتریان، مدیریت انبار و تولید را خودکار کنند و در نتیجه بهره‌وری را افزایش دهند.

دسترسی به اطلاعات و دانش: اینترنت و پایگاه‌های داده آنلاین، دسترسی SMEs به اطلاعات و دانش مورد نیاز برای بهبود کسب و کار خود را تسهیل می‌کنند.

بهبود ارتباطات و همکاری: ابزارهای ارتباطی دیجیتال، مانند ایمیل، پیام‌رسان‌ها و ویدئو کنفرانس، ارتباطات و همکاری بین کارکنان، تأمین‌کنندگان و مشتریان را بهبود می‌بخشند.

نوآوری و خلاقیت:

دسترسی به فناوری‌های نوین: اقتصاد دیجیتال، دسترسی SMEs به فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، داده‌های بزرگ و اینترنت اشیا را تسهیل می‌کند و به آن‌ها امکان می‌دهد تا محصولات و خدمات نوآورانه‌ای ارائه کنند.

ایجاد مدل‌های کسب و کار جدید: اقتصاد دیجیتال، امکان ایجاد مدل‌های کسب و کار نوآورانه را فراهم می‌کند که می‌تواند منجر به رشد و توسعه SMEs شود.

آزمایش و خطا با هزینه کمتر: ابزارهای دیجیتال، امکان آزمایش ایده‌های جدید و دریافت بازخورد سریع از مشتریان را با هزینه کمتری فراهم می‌کنند.



بهبود مدیریت ارتباط با مشتری (CRM):

جمع آوری و تحلیل داده‌های مشتریان: ابزارهای CRM دیجیتال به SMEs کمک می‌کنند تا داده‌های مربوط به مشتریان خود را جمع‌آوری، تحلیل و از آن‌ها برای بهبود ارتباط با مشتریان و ارائه خدمات بهتر استفاده کنند. ارتباط مؤثرتر با مشتریان: شبکه‌های اجتماعی و سایر ابزارهای ارتباطی دیجیتال، امکان ارتباط مستقیم و مؤثرتر با مشتریان را فراهم می‌کنند. شخصی‌سازی خدمات: با استفاده از داده‌های مشتریان، SMEs می‌توانند خدمات خود را برای هر مشتری شخصی‌سازی کنند و رضایت مشتریان را افزایش دهند. دسترسی به منابع مالی:

تأمین مالی جمعی (Crowdfunding): پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی به SMEs امکان می‌دهند تا از طریق جذب سرمایه‌های کوچک از تعداد زیادی از افراد، منابع مالی مورد نیاز خود را تأمین کنند. وام‌های آنلاین: پلتفرم‌های وام‌دهی آنلاین، فرآیند دریافت وام برای SMEs را تسهیل و سریع می‌کنند. چالش‌ها و موانع:

در کنار فرصت‌های فراوانی که اقتصاد دیجیتال برای SMEs فراهم می‌کند، چالش‌ها و موانعی نیز وجود دارند که باید مورد توجه قرار گیرند:

شکاف دیجیتالی: دسترسی نابرابر به اینترنت پرسرعت و فناوری‌های دیجیتال، می‌تواند مانعی برای توسعه SMEs در مناطق مختلف باشد. کمبود مهارت‌های دیجیتالی: بسیاری از صاحبان و کارکنان SMEs، مهارت‌های لازم برای استفاده مؤثر از فناوری‌های دیجیتال را ندارند. امنیت سایبری: تهدیدات سایبری، مانند حملات هکرها و سرقت اطلاعات، می‌تواند برای SMEs بسیار زیان‌بار باشد. حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها: جمع‌آوری و استفاده از داده‌های مشتریان، نیازمند رعایت قوانین و مقررات مربوط به حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها است. رقابت با شرکت‌های بزرگ: SMEs باید با شرکت‌های بزرگ‌تر که منابع و امکانات بیشتری دارند، رقابت کنند. تغییرات سریع فناوری: سرعت بالای تغییرات فناوری، می‌تواند برای SMEs چالش‌برانگیز باشد و آن‌ها را مجبور به سرمایه‌گذاری مداوم در فناوری‌های جدید کند.

راهکارها برای توسعه SMEs در اقتصاد دیجیتال:

برای غلبه بر چالش‌ها و بهره‌برداری حداکثری از فرصت‌های اقتصاد دیجیتال، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود: سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های دیجیتال: دولت‌ها باید با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های دیجیتال، دسترسی به اینترنت پرسرعت و ارزان را برای همه SMEs فراهم کنند. ارائه آموزش‌های دیجیتال: برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای ارتقاء مهارت‌های دیجیتالی صاحبان و کارکنان SMEs ضروری است.



www.digieco-ai.ir

حمایت مالی و مشاوره‌ای: ارائه تسهیلات مالی، وام‌های کم‌بهره و مشاوره‌های تخصصی به SMEs برای ورود به اقتصاد دیجیتال و استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند بسیار مؤثر باشد. ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال مناسب: ایجاد پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، بازاریابی دیجیتال و سایر خدمات دیجیتال می‌تواند به SMEs در توسعه کسب‌وکار خود کمک کند. تقویت امنیت سایبری: افزایش آگاهی در مورد امنیت سایبری و ارائه راهکارهای امنیتی مناسب به SMEs می‌تواند از آن‌ها در برابر تهدیدات سایبری محافظت کند. تدوین قوانین و مقررات مناسب: تدوین قوانین و مقررات شفاف و کارآمد در حوزه اقتصاد دیجیتال، می‌تواند به ایجاد اعتماد و رونق کسب‌وکارهای دیجیتال کمک کند. تشویق به همکاری و شبکه‌سازی: تشویق SMEs به همکاری با یکدیگر و ایجاد شبکه‌های کسب‌وکاری، می‌تواند به آن‌ها در بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصاد دیجیتال و غلبه بر چالش‌ها کمک کند. این همکاری می‌تواند شامل به اشتراک‌گذاری دانش، تجربیات، منابع و مشتریان باشد. حمایت از توسعه زیرساخت‌های لجستیکی: توسعه زیرساخت‌های لجستیکی، مانند سیستم‌های پستی و حمل و نقل کارآمد، برای تسهیل تجارت الکترونیک و ارسال کالاها به مشتریان در سراسر کشور و جهان ضروری است.

ایجاد مراکز مشاوره و راهنمایی: ایجاد مراکز مشاوره و راهنمایی تخصصی برای SMEs در زمینه استفاده از فناوری‌های دیجیتال، بازاریابی دیجیتال، تجارت الکترونیک، امنیت سایبری و سایر جنبه‌های مرتبط با اقتصاد دیجیتال می‌تواند بسیار مفید باشد.

توسعه استانداردهای دیجیتال: تدوین و اجرای استانداردهای دیجیتال در زمینه‌های مختلف، مانند امنیت اطلاعات، حریم خصوصی و کیفیت خدمات، می‌تواند به افزایش اعتماد مشتریان به کسب‌وکارهای دیجیتال و توسعه تجارت الکترونیک کمک کند. توجه به مسائل قانونی و حقوقی: ارائه آموزش‌ها و مشاوره‌های حقوقی به SMEs در زمینه مسائل مربوط به قراردادهای آنلاین، حقوق مالکیت معنوی، حریم خصوصی و سایر مسائل قانونی مرتبط با اقتصاد دیجیتال ضروری است.

حمایت از نوآوری و تحقیق و توسعه: تشویق SMEs به نوآوری و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه در زمینه فناوری‌های دیجیتال، می‌تواند به آن‌ها در ایجاد محصولات و خدمات جدید و رقابتی کمک کند. ایجاد فرهنگ دیجیتال: ترویج فرهنگ استفاده از فناوری‌های دیجیتال در بین مردم و کسب‌وکارها، می‌تواند به توسعه اقتصاد دیجیتال و بهره‌برداری حداکثری از فرصت‌های آن کمک کند.

مطالعات موردی (Case Studies):

برای درک بهتر تأثیر اقتصاد دیجیتال بر توسعه SMEs، به چند مطالعه موردی اشاره می‌شود: مطالعه موردی ۱: توسعه کسب‌وکارهای صنایع دستی: پلتفرم‌های تجارت الکترونیک به هنرمندان و تولیدکنندگان صنایع دستی در مناطق دورافتاده امکان می‌دهند تا محصولات خود را به مشتریان در سراسر کشور و جهان عرضه کنند و درآمد خود را افزایش دهند. مطالعه موردی ۲: توسعه کسب‌وکارهای گردشگری: وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌های رزرو آنلاین، به هتل‌ها، اقامتگاه‌ها و سایر کسب‌وکارهای گردشگری کوچک و متوسط امکان می‌دهند تا خدمات خود را به مخاطبان بیشتری معرفی کنند و رزروهای خود را افزایش دهند. مطالعه موردی ۳: توسعه کسب‌وکارهای کشاورزی: پلتفرم‌های تجارت الکترونیک کشاورزی، به کشاورزان



www.digieco-ai.ir

کوچک و متوسط امکان می‌دهند تا محصولات خود را به طور مستقیم به مصرف‌کنندگان عرضه کنند و واسطه‌ها را حذف کنند.

نقش دولت در توسعه SMEs در اقتصاد دیجیتال:
دولت نقش مهمی در توسعه SMEs در اقتصاد دیجیتال ایفا می‌کند. برخی از اقدامات کلیدی که دولت می‌تواند انجام دهد عبارتند از:
سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های دیجیتال: ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی قوی و دسترسی آسان و ارزان به اینترنت پرسرعت.
توسعه برنامه‌های آموزشی و حمایتی: ارائه آموزش‌های تخصصی، مشاوره‌های کسب و کاری و تسهیلات مالی به SMEs برای ورود و فعالیت در اقتصاد دیجیتال.
ایجاد قوانین و مقررات مناسب: تدوین قوانین شفاف و کارآمد در زمینه تجارت الکترونیک، امنیت سایبری، حریم خصوصی و حقوق مالکیت معنوی.
حمایت از نوآوری و کارآفرینی: ایجاد مراکز نوآوری، پارک‌های علم و فناوری و ارائه تسهیلات به استارت‌آپ‌های دیجیتال.
توسعه همکاری‌های بین‌المللی: همکاری با سایر کشورها در زمینه توسعه اقتصاد دیجیتال و تبادل تجربیات.

نتیجه‌گیری:

اقتصاد دیجیتال فرصت‌های بی‌شماری را برای توسعه و رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط فراهم می‌کند. دسترسی به بازارهای گسترده‌تر، کاهش هزینه‌ها، بهبود بهره‌وری، نوآوری و خلاقیت، بهبود مدیریت ارتباط با مشتری و دسترسی به منابع مالی، از جمله مزایای اصلی اقتصاد دیجیتال برای SMEs هستند. با این وجود، چالش‌ها و موانعی نیز وجود دارند که باید مورد توجه قرار گیرند. با اتخاذ راهکارهای مناسب و همکاری بین دولت، بخش خصوصی و SMEs می‌توان از این فرصت‌ها به نحو احسن استفاده کرد و به توسعه پایدار و متوازن اقتصاد کشور کمک نمود. SMEs با بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال می‌توانند نه تنها در بازارهای داخلی، بلکه در عرصه‌های بین‌المللی نیز حضور پررنگ‌تری داشته باشند و به رشد اقتصادی کشور کمک کنند. این تحول، نیازمند تغییر نگرش و پذیرش فناوری‌های نوین توسط صاحبان کسب و کارها و همچنین حمایت‌های دولتی و نهادهای مرتبط است.

این یادداشت علمی به قلم دکتر سید محمدرضا حسینی علی‌آباد ارائه گردید.

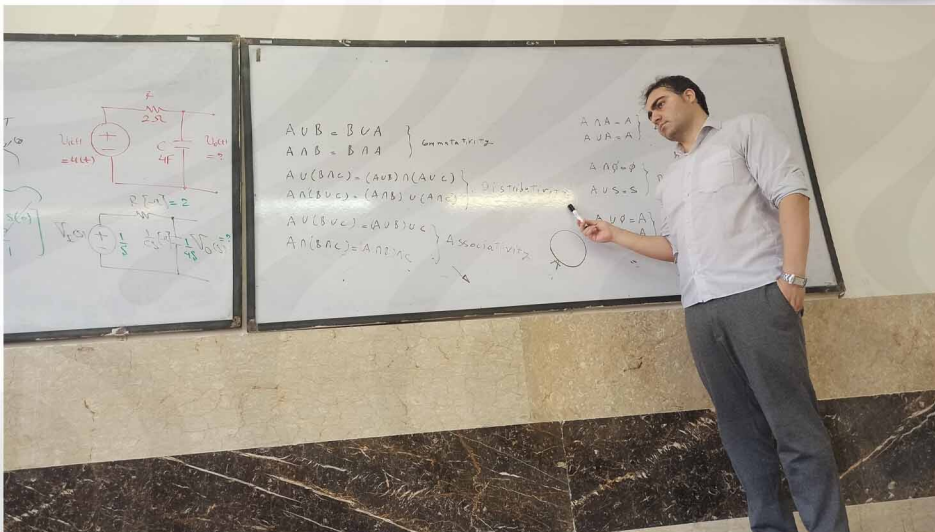


www.digieco-ai.ir



گفتگو با مهندس علیرضا محمودی فرد، استاد
دانشگاه و پژوهشگر، پیرامون تدریس و پژوهش

لینک کوتاه: <https://digieco-ai.ir/?p=۱۴۲۲>



در دنیای آکادمیک، ارتباط عمیق و پیچیده‌ای بین تدریس و پژوهش وجود دارد؛ این ارتباط نه تنها به توسعه فردی اساتید کمک می‌کند، بلکه می‌تواند تأثیرات چشم‌گیری بر کیفیت تجربه یادگیری دانشجویان نیز داشته باشد. در این مصاحبه، ما با مهندس علیرضا محمودی فرد، استاد دانشگاه و پژوهشگر در رشته‌های مختلف فنی-مهندسی و علوم انسانی گفتگو می‌کنیم، تا ابعاد مختلف این ارتباط را بررسی کرده و تأثیر تجربیات تدریس بر پژوهش را تحلیل کنیم.

مصاحبه‌گر: دکتر سید محمدرضا حسینی علی‌آباد - مدیرمسئول دوفصلنامه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی

مصاحبه‌شونده: مهندس علیرضا محمودی فرد - استاد دانشگاه و پژوهشگر

مصاحبه‌گر: با سلام و احترام، بسیار خوشحالیم که امروز در کنار شما هستیم؛ لطفاً خود را معرفی کنید و کمی از پیشینه‌تان بگویید.

پژوهشگر: سلام؛ من مهندس علیرضا محمودی فرد، تاکنون استاد دانشگاه در رشته‌های مختلف مهندسی و غیر مهندسی بوده‌ام، اما غالب دروسی که تدریس داشته‌ام، از رشته مهندسی برق بوده است؛ این دروس اغلب از کارشناسی پیوسته مهندسی برق در هر چهار گرایش قدرت، کنترل الکترونیک و مخابرات بوده است؛ غیر از آن‌ها، از کاردانی الکترونیک و کارشناسی ناپیوسته‌ی گرایش‌های شبکه‌های توزیع، قدرت و همچنین کنترل نیز تدریس داشته‌ام؛ همچنین برای گرایش‌هایی از رشته‌های مکترونیک، گرافیک، انیمیشن، مهندسی پزشکی،



www.digieco-ai.ir

مهندسی کامپیوتر، مهندسی صنایع، مهندسی مکانیک، مهندسی پلیمر، مهندسی انرژی، مدیریت صنعتی و ... نیز دروسی را ارائه کرده‌ام. بنده ۷ سال است که در زمینه تدریس در دانشگاه‌ها و مدارس فعالیت می‌کنم؛ بیش از ۱۱ سال نیز در حوزه های مختلف، تحقیق و پژوهش داشته‌ام؛ عمده پژوهش‌های بنده، در حوزه محاسبات نرم و روش‌های هوشمند که از زیرشاخه‌های هوش مصنوعی محسوب می‌شوند، متمرکز هستند؛ البته مسلماً تحقیقات بنده، صرفاً در یک یا چند حوزه خاص نبوده و حیطه‌های مختلفی را شامل شده است؛ همان‌طوری که دروس تدریسی

بنده نیز همچین حالتی داشته‌اند؛ همچنین، بنده در چندین پروژه تحقیقاتی مهم که بعضاً طرح‌های پژوهشی بزرگ بوده‌اند که اجرایی شده‌اند، مشارکت داشته‌ام و سعی می‌کنم تجربیات خود را به دانش‌آموزان و دانشجویان منتقل کنم. حقیر با عنايات ویژه خداوند متعال، توفیق داشته‌ام در امور پژوهشی مختلفی علی‌الخصوص با کنفرانس‌های علمی و نشریات آکادمیک، تعامل و همکاری داشته باشم؛ همچنین با رسانه‌های متنوعی نیز همکاری‌های متعددی را تجربه کرده‌ام و تمامی این موارد، باعث افتخار و مباهات بوده است.

مصاحبه‌گر: در ابتدا، به نظر شما چگونه تدریس می‌تواند بر پژوهش تأثیر بگذارد؟

پژوهشگر: تدریس به من این امکان را می‌دهد که با افکار و ایده‌های جدید دانشجویان آشنا شوم؛ سوالات آن‌ها می‌تواند باعث شود که به یک موضوع خاص، عمیق‌تر فکر کنم، یا حتی به تحقیق درباره مسائلی پیرامون که ممکن است در ابتدا به آن‌ها توجه نکرده باشم؛ این تعاملات، الهام‌بخش پژوهش‌هایی هستند که می‌توانند به نیازهای روز پاسخ دهند و به برطرف کردن چالش‌های صنعت و جامعه کمک کنند.

مصاحبه‌گر: آیا می‌توانید مثالی از یک سوال یا ایده‌ای که از تدریس شما نشأت گرفته باشد، ارائه دهید؟

پژوهشگر: البته! یکی از دانشجویان یک‌بار سوالی درباره تحلیل داده‌های تصادفی مطرح کرد و این موضوع به قدری جالب بود که من را به راه‌اندازی پروژه‌ای درباره الگوهای تصادفی در داده‌های بزرگ واداشت؛ در این پروژه، توانستم از نظرات دانشجویان در جهت بهبود مدل‌ها و نتایج استفاده کنم و نتایج حاصل به انتشار مقاله‌ای در یک کنفرانس علمی منجر شد.

مصاحبه‌گر: چه مهارت‌هایی از تدریس می‌تواند به شما در پژوهش کمک کند؟

پژوهشگر: مهارت‌های ارتباطی و توانایی ارائه مطلب، بهبود قابل توجهی در پژوهش بنده ایجاد کرده‌اند. وقتی می‌توانم ایده‌های خود را به روشنی بیان کنم، دیگران هم تمایل بیشتری به همکاری و تبادل ایده دارند؛ همچنین، تدریس به من یاد می‌دهد که چگونه با انتقادات مواجه شوم و به سوالات پیچیده پاسخ دهم، که این خود دو ابزار کلیدی در پژوهش هستند؛ بنده بسیاری از مواقع، تدریس را به شیوه‌های کاملاً بداهه پیش می‌برم، یا سوالات دانشجویان باعث می‌شود که مطالب بداهه وارد بحث شود.



مصاحبه‌گر: آیا شما از تجربیات تدریس خود برای بهبود روش‌های پژوهش استفاده می‌کنید؟

پژوهشگر: بله، به شدت. برای مثال، وقتی در کلاس‌ها با چالش‌های دانشجویی مواجه می‌شوم، برخی از آن‌ها را به عنوان فرصت‌های پژوهشی می‌بینم. من از روش‌های تدریس، مانند یادگیری مبتنی بر پروژه و پژوهش محور، استفاده می‌کنم که به من کمک می‌کند تا همزمان با تدریس، مسائل واقعی صنعت را بررسی کنم

و به عمق مباحث بیشتر توجه کنم.

مصاحبه‌گر: یکی از چالش‌های رایج در تدریس چیست و چگونه آن را مدیریت می‌کنید؟

پژوهشگر: یکی از چالش‌ها، تنوع سطح دانشجویان است؛ برخی از دانشجویان پیش‌زمینه قوی دارند و برخی دیگر به کمک بیشتری نیاز دارند. من سعی می‌کنم با ارائه توضیحات چند سطحی و استفاده از مثال‌های متنوع، این موضوع را مدیریت کنم؛ همچنین، با ایجاد گروه‌های مطالعه و تشویق به همکاری بین دانشجویان، محیطی را فراهم می‌آورم که همه به یادگیری یکدیگر کمک کنند. بنده با دانشجویان دارای سطوح مختلف مواجه بوده‌ام؛ با دانشجویان رشته‌های مختلف از استان‌ها و شهرهای مختلف؛ حتی رشته‌های مقطع دیپلم آن‌ها نیز بعضاً با هم متفاوت بوده است، چه برسد به رشته‌های مقاطع دانشگاهی‌شان؛ از نقطه‌نظرهای مختلف همچون دروس کلیدی، نرم‌افزاری، سخت‌افزاری، پژوهشی، عملی، ریاضیاتی، تئوری محضی، کاربردی، استعدادی، زبانی و ...، با هم تفاوت داشته‌اند؛ طیف ریزی از دانشوین را تاکنون داشته‌ام که طبیعتاً پیش بردن تمام این طیف به جلو، کار راحتی نبوده است.

مصاحبه‌گر: چگونه به جدول زمانی تدریس و تحقیق خود دست می‌یابید؟

پژوهشگر: برنامه‌ریزی دقیق و اولویت‌بندی کارها به من کمک می‌کند تا زمان را به‌خوبی مدیریت کنم. من معمولاً یک جدول زمانی هفتگی برای تدریس، تحقیق و مشاوره دانشجویان‌ام ایجاد می‌کنم؛ همچنین از نرم

افزارهای مدیریت زمان استفاده می‌کنم تا خودم را سازماندهی کنم و از اتلاف وقت جلوگیری کنم. بنده همواره تأیید را به پاسخ دادن به سوالات دانشجویان از طریق حضوری و مجازی اختصاص می‌دهم؛ مکرر پیش آمده است که به جهت ضیق وقت در تأییدهای بین کلاسی، به ناچار برای کمک به دانشجویان، در زمان‌های خارج از تأییدهای کلاسی و حتی بعضاً در خارج از دانشگاه با آن‌ها قرار ملاقات تنظیم کرده‌ام تا بتوانم به مشکلات آن‌ها رسیدگی کنم.



مصاحبه گر: آیا می‌توانید تحقیقاتی را نام ببرید که به دلیل تدریس‌تان موفقیت آمیز شدند؟

پژوهشگر: بله، یکی از پروژه‌های مهم من در زمینه یادگیری پیوسته از داده‌های کلان بود. ایده اولیه این پژوهش، از گفتگو با دانشجویان و سوالات آن‌ها در کلاس‌های تدریس مباحث الگوریتم‌های هوشمند و یادگیری ماشین نشأت گرفت. نتایج این تحقیق به انتشار چندین مقاله منجر شد و هم‌اکنون در چندین پروژه صنعتی

کاربرد دارد. بنده همواره دانشجویان را به سمت تحقیق، پژوهش، آموزش عمیق‌تر و باکیفیت‌تر، شبیه‌سازی نرم‌افزاری، مقاله‌نویسی علمی و ... دعوت نموده و هدایت می‌کنم؛ هر دانشجویی هم که علاقمند به قدم گذاشتن در این راه باشد، مسلماً همراهش شده و در این مسیر، نقش هدایت و رهبری او را به عهده می‌گیرم؛ در پایان‌نامه‌های دانشجویی، همواره دانشجویان بنده خروجی‌های به‌مراتب با کیفیت‌تری نسبت به سایر دانشجویان هم‌کلاسی، هم‌رشته‌ای و هم‌دانشگاهی خود تولید کرده و مسلماً به لحاظ پژوهشی موفق‌تر می‌شوند؛ بسیاری از دانشجویان بنده، موفق به چاپ حداقل یک مقاله علمی شده و برخی از آن‌ها حتی به عنوان پژوهشگر برتری جشنواره هم دست پیدا کرده‌اند؛ تمامی کارها را به شخصه خود بنده پیگیری می‌شوم.

مصاحبه گر: چه نقشی در توسعه شغلی دانشجویان‌تان ایفا می‌کنید؟

پژوهشگر: من سعی می‌کنم در بحث‌های پژوهشی شرکت کنم و راهنمایی‌های لازم را داشته باشم، تا دانشجویان مهارت‌ها و تجربیات لازم را کسب کنند؛ بنده در تلاش هستم تا نقش مشاوره و راهنمایی خود را ایفا کنم؛ همچنین، از طریق برگزاری کارگاه‌ها و جلسات مشاوره، به آن‌ها کمک می‌کنم تا علت و چرایی موضوعات پژوهشی را درک کنند و فرصت‌های شغلی مختلف را شناسایی کنند. حقیر همواره فراتر از مباحث سرفصل دروس پیش رفته و دانشجویان را به سمت مطالب کاربردی هدایت می‌کنم؛ همیشه در تلاش هستم تا دانشجویان صرفاً در مباحث تئوری محض و در سطح جزوه و کتاب باقی نمانند و به فراگیری نرم‌افزارها، مباحث کاربردی و عملی، زبان انگلیسی، مطالب کلیدی رشته تخصصی خویش و نکات بازار کاری بپردازند و به جهت تقویت رزومه خود، خروجی‌های پژوهشی نیز تولید کنند.

مصاحبه گر: نظراتان درباره‌ی پژوهش‌های مشترک با دانشجویان چیست؟

پژوهشگر: پژوهش‌های مشترک نه تنها فرصتی برای یادگیری بیشتر به دانشجویان می‌دهد، بلکه به غنای بحث‌ها و نتیجه‌گیری‌های تحقیق نیز کمک می‌کند؛ این همکاری‌ها به آن‌ها کمک می‌کند مهارت‌های عملی‌ای را کسب کنند و از دنیای واقعی علم، اطلاعات بیشتری به دست آورند. همکاری با دانشجویان با نقش رهبری نه نقش ریاست، آن‌ها را با انگیزه‌تر کرده و سرعت پیشرفت‌شان را به‌طرز شگفت‌انگیزی افزایش می‌دهد.



مصاحبه گر: چه ابزاری برای تسهیل ارتباط با دانشجویان در اختیار دارید؟

پژوهشگر: بعضاً استفاده از پلتفرم‌های آنلاین مانند Moodle و Zoom به من اجازه می‌دهد تا ارتباطم را با دانشجویان حفظ کرده و به سوالات آن‌ها به سرعت پاسخ دهم؛ برخی از دانشگاه‌ها نیز در محیط ادوپی کانکت یا اسکای روم با بیگ‌بلو باتن، اجازه فعالیت را می‌دهند که این قضیه، تأثیر و بازده فوق‌العاده‌ای ایجاد می‌کند؛ همچنین بنده همواره در پلتفرم‌های ایرانی از بین شبکه‌های اجتماعی، حضور

فعال داشته و به‌طور مستقیم با تمامی دانشجویانم در ارتباط هستم؛ هرگز ارتباط دانشجویی با بنده، غیرمستقیم نبوده و بدین دلیل، نماینده‌ای برای کلاس‌هایم تعیین نمی‌کنم، تا هر دانشجویی صرفاً با خود بنده در ارتباط باشد؛ ما در زمان شیوع ویروس کرونا و بیماری کوید ۱۹، خروجی‌های بسیار خوبی می‌گرفتیم و حتی راندمان آموزشی و پژوهشی بالاتری نسبت به حالت حضوری داشتیم؛ همچنین بعضاً از ابزارهای مدیریت پروژه مانند Trello برای سازماندهی پروژه‌های مشترک و وظایف گروهی استفاده می‌کنم.

مصاحبه گر: به نظر شما چرا روابط بین تدریس و تحقیق در دانشگاه‌ها مهم است؟

پژوهشگر: این ارتباط می‌تواند نشانه‌ای از سلامت علمی دانشگاه باشد. زمانی که تدریس و پژوهش هم‌راستا باشند، کیفیت آموزش بهبود یافته و دانشجویان درک عمیق‌تری از موضوعات پیدا می‌کنند؛ با این کار، دانشجویان به عمق مطالب فکر می‌کنند و به دنبال تولید خروجی‌های مفید بوده و حتی امکان ثبت نتایج و خروجی‌ها را به اسم خود دارد؛ همچنین، این تعاملات می‌تواند نتایج بهتری برای پژوهش‌های دانشگاهی به ارمغان آورد و نهایتاً منجر به ارتقای سطح دانشگاه‌ها و جامعه شود. در کل، در مقاطع دانشگاهی باید آموزش همراه با پژوهش باشد، همچون روال دانشگاه‌های تمامی کشورهای توسعه‌یافته.

مصاحبه گر: آیا انتظارات شما از دانشجویان در هنگام تحقیق، متفاوت از تدریس است؟

پژوهشگر: بله؛ در تحقیق، انتظارات بالاتری از استقلال و خلاقیت آن‌ها دارم. من توقع دارم که آن‌ها توانایی

تحلیل و تصمیم‌گیری داشته باشند و ایده‌های جدید را به چالش بکشند؛ در عوض، در تدریس، بیشتر بر اساس حمایت و راهنمایی تمرکز می‌کنم. برای تحقیق، همیشه شرایط لازم را به آن‌ها مکرراً گوشزد می‌کنم و انتظار دارم که آن شرایط را رعایت کنند؛ در عوض، خروجی کار در صورت رعایت شرایط، شگفت‌آور خواهد بود. بنده تمامی نکات و موارد مورد نیاز را بارها و بارها در طول ترم یادآور و متذکر شده و انتظار دارم که این موارد، ملکه‌ی ذهن دانشجویان شده و به آن‌ها عمل کنند و در این راه، از هیچ کمک و تلاشی نیز دریغ نمی‌کنم.



مصاحبه‌گر: آیا شما از فناوری‌های نوین برای بهبود فرآیند تدریس و پژوهش استفاده می‌کنید؟

پژوهشگر: بله؛ استفاده از ابزارهای دیجیتال، تصاویر، ویدئوها و نرم‌افزارهای شبیه‌سازی، به من کمک می‌کند تا تدریس و پژوهش را بهبود بخشیم؛ برای مثال، من از شبیه‌سازی‌های رایانه‌ای برای به تصویر کشیدن ایده‌ها و مفاهیم پیچیده استفاده می‌کنم که به دانشجویان کمک می‌کند تا بهتر یاد بگیرند؛ علاوه‌بر نرم‌افزارهای عمومی همچون مایکروسافت آفیس ورد، اکسل و پاورپوینت، یکی از نرم‌افزارهایی که بنده در تمامی کلاس‌ها تلاش می‌کنم دانشجویان را به یادگیری آن ترغیب کنم، نرم‌افزار جامع MATLAB است، که یکی مانند بنده که دروس متنوعی را آن‌هم از رشته‌های مختلف تدریس کرده است، ارزش و اهمیت آن را متوجه می‌شود.

مصاحبه‌گر: برداشت شما از تحقیقات بین‌رشته‌ای چیست؟

پژوهشگر: تحقیقات بین‌رشته‌ای می‌تواند به پیشرفت‌های چشم‌گیری منجر شود؛ این نوع تحقیقات به ما اجازه می‌دهد که از ابزارها و ایده‌های مختلف رشته‌ها استفاده کرده و مسائل پیچیده را از زوایای گوناگون بررسی کنیم؛ به همین دلیل، من خودم را همیشه تشویق به همکاری با رشته‌های دیگر کرده و تلاش می‌کنم دانشجویانم را نیز به کار تیمی و تعامل و همکاری ترغیب کنم.

مصاحبه‌گر: چگونه می‌توانید تجربیات تدریس خود را با دیگر همکاران به اشتراک بگذارید؟

پژوهشگر: من در کنفرانس‌ها و کارگاه‌ها شرکت می‌کنم و تجربیاتم را از طریق مقالات، یادداشت‌ها، گفتگوها، وبینارها و در کلاس‌های درسی خویش، بازگو و منتشر می‌کنم؛ همچنین، از طریق جلسات آموزشی درباره رویکردهای تدریس و پژوهش، پاسخی به نیازهای همکاران ارائه می‌دهم.

مصاحبه‌گر: آیا به پژوهش‌های اجتماعی و تأثیر آن‌ها بر نحوه تدریس توجهی دارید؟

پژوهشگر: بله، درک تأثیرات اجتماعی و اقتصادی می‌تواند به بهبود روش‌های تدریس و محتوای آن کمک کند؛ برای مثال، موضوعاتی مانند تنوع فرهنگی و اجتماعی بر نحوه ارتباط و یادگیری تأثیرگذار هستند و من سعی می‌کنم آن‌ها را در تدریس خود مدنظر قرار دهم.



مصاحبه‌گر: چگونه می‌توان به ارتقاء کیفیت تدریس و پژوهش دانشگاه کمک کرد؟

پژوهشگر: از طریق بازخورد مداوم از دانشجویان و استفاده از نوآوری‌های آموزشی، می‌توان کیفیت تدریس و پژوهش را افزایش داد؛ یکی از بهترین راه‌ها، فیدبک ۳۶۰ درجه است که تأثیر بسیار زیادی بر بهبود عملکرد دارد؛ همچنین، تقویت برنامه‌های کارشناسی و پژوهشی و تعامل بیشتر بین دانشگاه‌ها و صنعت، از دیگر راه‌هاست.

ضمناً توجه به سبک‌های آموزشی سایر کشورها به‌ویژه کشورهای مطرحی همچون چین و ژاپن که الگویی در این زمینه‌ها هستند، بسیار راهگشا و مددگر است.

مصاحبه‌گر: به نظرتان آینده پژوهش و تدریس چگونه خواهد بود؟

پژوهشگر: با پیشرفت فناوری و نیاز به مهارت‌های جدید، آموزش و پژوهش به سمت الگوهای جدیدی حرکت خواهد کرد؛ ما شاهد گنجانیدن بیشتر یادگیری آنلاین و محتوای تعاملی خواهیم بود که فرصت‌های یادگیری را گسترش می‌دهد. ما هم باید همچون کشورهای توسعه‌یافته و سطح یک دنیا همانند ژاپن، چین، کره جنوبی، آمریکا، انگلیس، آلمان، سنگاپور و ... به سمت آموزش‌های مجازی آنلاین و آفلاین، بیش از پیش حرکت کنیم و با بهینه‌سازی زمان و هزینه و بالاتر بردن راندمان آموزشی، گام‌های بلندی در جهت توسعه شخصی و بهبود سازمانی برداریم؛ همچنین در آینده‌ای نزدیک، شاهد ورود هوش مصنوعی به آموزش و پژوهش خواهیم بود و خیل عظیمی از افراد در دنیا، از این تکنولوژی بزرگ، بهره خواهند برد؛ کما اینکه هم اکنون هم در اخبار علمی می‌شنویم که بهترین دانشگاه جهان که دانشگاه هاروارد می‌باشد، از ترم آتی قرار است از هوش مصنوعی به‌جای استاد، در کلاس استفاده کند.

مصاحبه‌گر: چه چیزی شما را به ادامه فعالیت در دانشگاه تشویق می‌کند؟

پژوهشگر: عشق به یادگیری و توانایی تأثیرگذاری مثبت بر نسل‌های آینده، من را به استمرار در این حوزه

تشویق می‌کند؛ همچنین، آگاهی از اینکه می‌توانم در فرآیند یادگیری دانشجویان نقشی ایفا کرده و کمکی هر چند قلیل به کشور خویش کنم، انگیزه‌ام را دوچندان می‌کند. بنده همواره علاقمند به آموزش دادن و آموزش دیدن هستم و سعی می‌کنم همواره هم آموزش ببیننده باشم و هم آموزش‌دهنده؛ همچنین روایتی از حضرت امام جعفر صادق (علیه‌السلام) وجود دارد که روی طرز تفکر انسان تأثیرگذار است؛ ایشان که خود در علم و دانش، شهری عام و خاص هستند، می‌فرمایند: دوست ندارم جوانان شما را جز در دو حالت ببینم؛ دانشمند یا دانش‌اندوز.



مصاحبه گر: در پایان، آیا پیامی برای دانشجویان و پژوهشگران جوان دارید؟

پژوهشگر: بله، از دانشجویان و محققان تقاضا دارم که همیشه به جستجوی حقیقت و یادگیری ادامه دهید؛ از سوالات بی پاسخ نترسید و همواره به دنبال پیشرفت‌های علمی باشید؛ علم نیاز به پرسش دارد و شما می‌توانید با سوالات خود، دنیای جدیدی را کشف کنید. هرگز به جزوه و کتاب درسی و پاس کردن دروس و مدرک گرفتن، بسنده نکنید و به دنبال پیشرفت خود، رشته‌ی خود، دانشگاه خود، جامعه‌ی خود و دنیای خود باشید؛ هر کس به اندازه‌ی خودش، هر کس با توان خودش، همه می‌توانند در رشد و پیشرفت، موثر و نقش آفرین باشند. مدرک‌گرایی، به اجتماع و جامعه، ضربه می‌زند؛ سعی کنید اثربخش باشید، کارا باشید، با پشتکار و پرتلاش باشید، هرگز خدا را از یاد نبرید، و با صبر، تلاش، تمرکز، مشورت، استعدادیابی، تصمیم‌گیری درست و توکل به خداوند قادر و متعال، بدانید و امیدوار باشید که موفق خواهید شد.

مصاحبه گر: متشکرم از زمان و اطلاعات ارزشمند شما، جناب مهندس. امیدوارم که این گفتگو الهام‌بخش دیگران نیز باشد.

پژوهشگر: من هم از شما تشکر می‌کنم و خوشحالم که به لطف خداوند بزرگ و مهربان و با تلاش‌های ارزنده‌ی شما استاد فرهیخته و گرامی، فرصتی نصیب حقیر گردید تا تجربیاتم را به اشتراک گذاشتم.



www.digieco-ai.ir



حوزه‌های کاربرد هوش مصنوعی علیرضا محمودی فرد

لینک کوتاه: ۱۷۸۱

https://digieco-ai.ir/?p=۱۷۸۱



طراحی‌نفر

انجام کلیه خدمات گرافیکی:
پست و استوری، موشن گرافیک، لوگو،
پوستر، جلد کتاب، کارت ویزیت، تراکت
، سرپرک، کارت پستال و...

@tarahifar
۰۹۳۵۶۲۶۷۰۲

گروه طراحی سایت آسان وب

با مدیریت سیدحسین طاهرزاده

09198695596-09396606599

asanweb.net

کلیک کنید



www.digieco-ai.ir



طی نشست با حضور دکتر محمد هادی عسگری رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران و دکتر مسعود بادین مدیر عامل بیمه آسیا تفاهم نامه همکاری امضاء و مبادله شد.

دکتر این جلسه ابتدا دکتر محمد هادی عسگری رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران در سخنانی به معرفی این انجمن و جایگاه آن در کشور پرداخت.

وی ضمن بیان مهمترین اهداف و برنامه های ملی و بین المللی انجمن مدیریت کسب و کار ایران اظهار امیدواری کرد با اعتقاد و مبادله این تفاهم نامه همکاری شاهد رویداد های مفیدی از جمله تشکیل کمیته تخصصی صنعت بیمه در این انجمن باشیم.

دکتر مسعود بادین مدیر عامل بیمه آسیای ایران در سخنانی ضمن ابراز خرسندی از امضاء و مبادله این تفاهم نامه مشترک ابراز امیدواری کردند که با همکاری و کمک متخصصان انجمن مدیریت کسب و کار ایران با بیمه آسیا شاهد رشد و توسعه صنعت بیمه در کشور باشیم.

در این جلسه دکتر فرامرز خجیر، فتاح مهر اعضای هیات مدیره و مهندس خرمی مدیر روابط عمومی بیمه آسیا و مهندس امیری نماینده بیمه آسیا، دکتر اسمعیل غلامی مدیر روابط عمومی و رئیس کمیته تاسیس و توسعه شعب انجمن مدیریت کسب و کار ایران، دکتر مبین صباغی رئیس کمیته هوش مصنوعی، بلاکچین و متاورس انجمن حضور داشتند.

خبرنگار: علیرضا محمودی فرد



www.digieco-ai.ir

مرکز آموختن علمی فرهنگ و هنر واحد ۱
و مرکز خدمات مشاوره های مدیریت و امور بازرگانی
سپهر تجارت ایران بر گز می کنند:

کنفرانس ملی
آخرین دستاوردهای پژوهشی در
meap.com/mastr.ir

علوم مدیریت
اقتصاد
حسابداری
روانشناسی

آخرین مهلت ارسال اصل مقالات: ۱۰ مرداد ۱۴۰۴
اعلام نتایج داوری مقالات: ۲ روز پس از ارسال مقالات
آخرین مهلت ثبت نام در کنفرانس: ۱۳ مرداد ۱۴۰۴
کنفرانس: ۱۶ مرداد ۱۴۰۴

شورای عالی کنفرانس:
دکتر سید محمدرضا حسینی علی آباد - ریاست کنفرانس
دکتر شهاب هاشمی - دبیر کمیته علمی و داوری
دکتر مریم عدلی - دبیر کمیته اجرایی

محور بین رشته ای: اقتصاد رفاهی و مدیریت مالی رفاهی
محور روانشناسی: روانشناسی سازمانی و صنعتی
محور حسابداری: حسابداری مدیریت و حسابداری مالی
محور اقتصاد: اقتصاد کلان و اقتصاد ایران
محور مدیریت: مدیریت استراتژیک و رقابت

پایه های تخصصی: مدیریت مالی و سرمایه
مدیریت عملیات و زنجیره تامین
مدیریت منابع انسانی و رفتار مصرف کننده
مدیریت مالی و سرمایه گذاری
مدیریت دولتی و سیاست گذاری
مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات
مدیریت گردشگری و هتلداری
مدیریت آموزشی و توسعه منابع انسانی
مدیریت نوین در مدیریت (مانند مدیریت بحران، مدیریت تغییر، مدیریت دانش، مدیریت پروژه و غیره)

پاسخگو:
۰۹۱۲۴۳۱۸۶۰۸
info@irasi.ir

آدرس: دبیرخانه و محل برگزاری: تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه ولی عصر و حافظ، ضلع شرقی پارک دانشجو، خیابان استاد شهریار، پلاک ۱۶

www.digieco-ai.ir

اقتصاد دیجیتال، که گاهی با عناوینی چون «اقتصاد اینترنتی»، «اقتصاد نوین» یا «اقتصاد وب» نیز شناخته می‌شود، به گستره وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی اطلاق می‌گردد که بر پایه فناوری‌های دیجیتال، از جمله اینترنت، تلفن‌های همراه، شبکه‌های اجتماعی، داده‌های بزرگ، هوش مصنوعی، بلاک‌چین و اینترنت اشیا، شکل می‌گیرند. این اقتصاد، با ایجاد تغییر در نحوه تولید، توزیع، مصرف و تعاملات اقتصادی، فرصت‌های بی‌شماری را برای کسب‌وکارها، دولت‌ها و افراد فراهم آورده است.



مفاهیم کلیدی:

پیش از پرداختن به تأثیر اقتصاد دیجیتال بر بهره‌وری و رشد اقتصادی، لازم است به برخی مفاهیم کلیدی در این حوزه اشاره شود:

بهره‌وری: بهره‌وری به نسبت خروجی (محصول یا خدمت) به ورودی (منابع مورد استفاده برای تولید آن خروجی) گفته می‌شود. افزایش بهره‌وری به معنای تولید بیشتر با منابع کمتر یا تولید همان مقدار با منابع کمتر است.

رشد اقتصادی: رشد اقتصادی به افزایش تولید کالاها و خدمات در یک اقتصاد در طول زمان گفته می‌شود. این افزایش معمولاً با شاخص‌هایی مانند تولید ناخالص داخلی (GDP) اندازه‌گیری می‌شود. فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (ICT): شامل طیف وسیعی از فناوری‌ها، از جمله رایانه‌ها، اینترنت، تلفن‌های همراه، نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی است که برای پردازش، ذخیره‌سازی، انتقال و مدیریت اطلاعات استفاده می‌شوند. تأثیر اقتصاد دیجیتال بر بهره‌وری:

اقتصاد دیجیتال از طرق مختلف بر بهره‌وری تأثیر می‌گذارد که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

کاهش هزینه‌های مبادله: اقتصاد دیجیتال با کاهش هزینه‌های جستجو، اطلاعات، مذاکره، قرارداد و نظارت، هزینه‌های مبادله را به طور چشمگیری کاهش می‌دهد. این کاهش هزینه‌ها، منجر به افزایش کارایی بازارها و بهبود تخصیص منابع می‌شود.

افزایش شفافیت بازار: دسترسی آسان به اطلاعات از طریق اینترنت، شفافیت بازار را افزایش می‌دهد. این شفافیت، به مصرف‌کنندگان امکان می‌دهد تا تصمیمات آگاهانه‌تری بگیرند و به کسب‌وکارها

تعد المواطنة الإلكترونية (E-Citizenship) من المفاهيم الحديثة التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز المشاركة المدنية وحقوق الأفراد في الفضاء الرقمي. بينما تقدم المواطنة الإلكترونية فرصاً لتعزيز الديمقراطية والتفاعل بين الحكومات والمواطنين، تواجه هذه العملية مجموعة من التحديات التي قد تعيق فعاليتها وتطبيقها. في هذا النص، سيتم استعراض أبرز التحديات التي تواجه المواطنة الإلكترونية، والتي تشمل قضايا الأمان، الفجوة الرقمية، والخصوصية.

الأمان والخصوصية

تعد قضايا الأمان والخصوصية من أبرز التحديات التي تواجه المواطنة الإلكترونية. مع تزايد استخدام الإنترنت في التعاملات الحكومية والمشاركة الأهلية، تبرز المخاطر المتعلقة بسرقة البيانات والمعلومات الشخصية. وفقاً لدراسة أجرتها "Harris Poll"، فإن ٦٤٪ من الأمريكيين يشعرون بالقلق بشأن كيفية استخدام بياناتهم من قبل الحكومات والشركات الخاصة (Harris Poll، ٢٠٢٠). تتطلب المواطنة الإلكترونية بنية تحتية قوية لحماية المعلومات الحساسة وتطبيق تقنيات مثل التشفير لضمان أمان البيانات.

الفجوة الرقمية

تعتبر الفجوة الرقمية من التحديات الرئيسية الأخرى التي تواجه المواطنة الإلكترونية، حيث تتعلق بالاختلافات في الوصول إلى التكنولوجيا بين مختلف الفئات الاجتماعية والاقتصادية. يعود ذلك إلى عوامل متعددة، بما في ذلك مستوى التعليم، الدخل، والموقع الجغرافي. كما أشارت منظمة "اليونسكو" إلى أن هناك ٢,٩ مليار شخص على مستوى العالم لا يزالون غير متصلين بالإنترنت، مما يحد من قدرتهم على المشاركة في العمليات الحكومية الإلكترونية (UNESCO، ٢٠٢١). تحتاج الدول إلى استراتيجيات فعالة لتقليل هذه الفجوة، مثل تحسين البنية التحتية الرقمية وتوفير التدريب للمواطنين.

قضايا الهوية والتعريف

تعتبر قضايا الهوية والتعريف من التحديات الأخرى. في العديد من الدول، يتطلب الانخراط في المواطنة الإلكترونية وجود هوية رقمية موثوقة. ومع ذلك، فإن عدم توفر نظام فعال للتحقق من الهوية يمكن أن يعيق القدرة على المشاركة بشكل كامل في الأنشطة الإلكترونية. وقد أظهرت الدراسات أن العديد من المواطنين لا يمتلكون الدوائر الحكومية الهويات الرقمية الضرورية لضمان وصولهم إلى الخدمات (World Bank، ٢٠٢٠). تأمين الهوية الرقمية من خلال تكنولوجيا مثل البلوكشين يمكن أن يكون حلاً فعالاً لتعزيز الثقة في النظام.

الخاتمة

على الرغم من الفوائد الكبيرة للمواطنة الإلكترونية في تعزيز المشاركة الفعالة للمواطنين في المجتمع، فإن التحديات المتعلقة بالأمان، الفجوة الرقمية، وقضايا الهوية لا يمكن تجاهلها. تحتاج الحكومات ومنظمات المجتمع المدني إلى العمل معاً لتطوير استراتيجيات وحلول للتغلب على هذه التحديات. من خلال تعزيز الأمان وتحسين الوصول إلى التكنولوجيا، يمكن تحقيق مواطنة إلكترونية شاملة وفعالة تعود بالفائدة على جميع أفراد المجتمع.

علیرضا محمودی فرد - باحث و مدرس بالجامعات و المدارس



کمک می‌کند تا بازارهای هدف خود را بهتر شناسایی کنند. اتوماسیون فرآیندها: فناوری‌های دیجیتال، امکان اتوماسیون فرآیندهای کسب‌وکار را فراهم می‌کنند. این اتوماسیون، منجر به کاهش خطاهای انسانی، افزایش سرعت انجام کارها و کاهش هزینه‌های نیروی انسانی می‌شود.

بهبود مدیریت زنجیره تأمین: اقتصاد دیجیتال با ایجاد ارتباطات مؤثرتر بین تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مشتریان، مدیریت زنجیره تأمین را بهبود می‌بخشد. این بهبود، منجر به کاهش موجودی انبار، کاهش زمان تحویل و افزایش رضایت مشتری می‌شود.

ایجاد مدل‌های کسب‌وکار جدید: اقتصاد دیجیتال، امکان ایجاد مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه را فراهم می‌کند. این مدل‌ها، می‌توانند منجر به افزایش بهره‌وری و ایجاد ارزش افزوده جدید شوند. دسترسی به بازارهای جهانی: اینترنت و پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، دسترسی کسب‌وکارها به بازارهای جهانی را تسهیل می‌کنند. این دسترسی، منجر به افزایش فروش، کاهش هزینه‌های بازاریابی و افزایش بهره‌وری می‌شود.

بهبود ارتباطات و همکاری: ابزارهای ارتباطی دیجیتال، مانند ایمیل، پیام‌رسان‌ها و ویدئو کنفرانس، ارتباطات و همکاری بین افراد و سازمان‌ها را بهبود می‌بخشند. این بهبود، منجر به افزایش سرعت انجام کارها، کاهش هزینه‌های سفر و افزایش بهره‌وری می‌شود.

تأثیر اقتصاد دیجیتال بر رشد اقتصادی:

اقتصاد دیجیتال از طرق مختلف بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

افزایش سرمایه‌گذاری در ICT: توسعه اقتصاد دیجیتال، نیازمند سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ICT است. این سرمایه‌گذاری، منجر به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، افزایش تولید و رشد اقتصادی می‌شود.

ایجاد نوآوری و کارآفرینی: اقتصاد دیجیتال، بستری مناسب برای نوآوری و کارآفرینی فراهم می‌کند. ایجاد کسب‌وکارهای جدید و نوآورانه، منجر به افزایش رقابت، افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی می‌شود.

افزایش بهره‌وری نیروی کار: اقتصاد دیجیتال با ارائه ابزارها و آموزش‌های دیجیتال، به افزایش بهره‌وری نیروی کار کمک می‌کند. این افزایش بهره‌وری، منجر به افزایش تولید و رشد اقتصادی می‌شود.

توسعه تجارت الکترونیک: تجارت الکترونیک، با تسهیل خرید و فروش کالاها و خدمات، منجر به افزایش حجم تجارت، کاهش هزینه‌ها و رشد اقتصادی می‌شود.

گسترش بازارهای جدید: اقتصاد دیجیتال، امکان دسترسی به بازارهای جدید را فراهم می‌کند. این دسترسی، منجر به افزایش فروش، افزایش صادرات و رشد اقتصادی می‌شود.

تأثیر بر بخش‌های مختلف اقتصادی: اقتصاد دیجیتال، بر بخش‌های مختلف اقتصادی، از جمله صنعت، کشاورزی، خدمات، آموزش و بهداشت، تأثیر می‌گذارد. این تأثیر، منجر به افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی در این بخش‌ها می‌شود.

چالش‌ها و موانع:

در کنار فرصت‌های بی‌شماری که اقتصاد دیجیتال فراهم می‌آورد، چالش‌ها و موانعی نیز وجود دارند که باید مورد توجه قرار گیرند:

شکاف دیجیتالی: نابرابری در دسترسی به فناوری‌های دیجیتال و مهارت‌های استفاده از آن‌ها، می‌تواند منجر به ایجاد شکاف دیجیتالی و افزایش نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی شود.

www.digieco-ai.ir



امنیت سایبری: افزایش استفاده از فناوری‌های دیجیتال، ریسک‌های امنیتی را نیز افزایش می‌دهد. حملات سایبری، سرقت اطلاعات و اختلال در سیستم‌های دیجیتال، می‌توانند تأثیر منفی بر اقتصاد داشته باشند.

حریم خصوصی: جمع‌آوری و استفاده از داده‌های شخصی در فضای دیجیتال، نگرانی‌هایی را در مورد حریم خصوصی افراد ایجاد می‌کند.

قوانین و مقررات: عدم وجود قوانین و مقررات مناسب در حوزه اقتصاد دیجیتال، می‌تواند منجر به ایجاد ابهام و عدم اطمینان برای کسب‌وکارها و مصرف‌کنندگان شود.

تغییرات بازار کار: اتوماسیون و دیجیتالی شدن فرآیندها، می‌تواند منجر به از بین رفتن برخی مشاغل سنتی و ایجاد نیاز به مهارت‌های جدید شود.

نتیجه‌گیری:

اقتصاد دیجیتال، با ایجاد تغییرات بنیادین در ساختارها و فرآیندهای اقتصادی، تأثیر قابل توجهی بر بهره‌وری و رشد اقتصادی دارد. کاهش هزینه‌های مبادله، افزایش شفافیت بازار، اتوماسیون فرآیندها، بهبود مدیریت زنجیره تأمین، ایجاد مدل‌های کسب‌وکار جدید، دسترسی به بازارهای جهانی و بهبود ارتباطات و همکاری، از جمله عواملی هستند که از طریق آن‌ها اقتصاد دیجیتال بر بهره‌وری تأثیر می‌گذارد. همچنین، افزایش سرمایه‌گذاری در ICT، ایجاد نوآوری و کارآفرینی، افزایش بهره‌وری نیروی کار، توسعه تجارت الکترونیک، گسترش بازارهای جدید و تأثیر بر بخش‌های مختلف اقتصادی، از جمله عواملی هستند که از طریق آن‌ها اقتصاد دیجیتال بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد. با این وجود، برای بهره‌برداری کامل از مزایای اقتصاد دیجیتال، باید به چالش‌ها و موانع موجود، از جمله شکاف دیجیتالی، امنیت سایبری، حریم خصوصی، قوانین و مقررات و تغییرات بازار کار، توجه کافی داشت و راهکارهای مناسبی برای آن‌ها ارائه کرد. سیاست‌گذاران، کسب‌وکارها و افراد جامعه باید با همکاری و هماهنگی، بستری مناسب برای توسعه اقتصاد دیجیتال و بهره‌مندی از مزایای آن فراهم آورند.



www.digieco-ai.ir



توصیه‌ها برای بهره‌برداری حداکثری از پتانسیل اقتصاد دیجیتال:

برای اینکه کشورها و سازمان‌ها بتوانند از حداکثر پتانسیل اقتصاد دیجیتال در جهت افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی بهره‌مند شوند، اتخاذ سیاست‌ها و انجام اقدامات زیر ضروری است:

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ICT: توسعه و بهبود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، از جمله دسترسی به اینترنت پرسرعت و پهن‌بند در سراسر کشور، از الزامات اساسی برای توسعه اقتصاد دیجیتال است. این شامل سرمایه‌گذاری در شبکه‌های فیبر نوری، نسل پنجم تلفن همراه (5G) و سایر فناوری‌های نوین ارتباطی می‌شود.

توسعه آموزش‌های دیجیتال و ارتقاء مهارت‌های دیجیتالی: ارتقاء سطح دانش و مهارت‌های دیجیتالی جامعه، از جمله سواد دیجیتال، مهارت‌های برنامه‌نویسی، تحلیل داده و امنیت سایبری، برای استفاده مؤثر از فناوری‌های دیجیتال ضروری است. این امر نیازمند سرمایه‌گذاری در آموزش‌های عمومی و تخصصی، بازآموزی نیروی کار و توسعه برنامه‌های آموزشی متناسب با نیازهای بازار کار دیجیتال است.

تدوین قوانین و مقررات مناسب: ایجاد چارچوب قانونی شفاف و کارآمد برای اقتصاد دیجیتال، با توجه به حفظ حریم خصوصی، امنیت سایبری، حقوق مالکیت معنوی و رقابت منصفانه، برای ایجاد اعتماد و رونق کسب‌وکارهای دیجیتال ضروری است. این قوانین باید با سرعت تحولات فناوری همگام باشند و از نوآوری و کارآفرینی حمایت کنند.

حمایت از کسب‌وکارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها): ایجاد اکوسیستم مناسب برای رشد و توسعه استارت‌آپ‌های دیجیتال، از طریق ارائه تسهیلات مالی، مشاوره‌های تخصصی، فضاهای کار اشتراکی و دسترسی به سرمایه‌گذاران، می‌تواند به نوآوری و خلق ارزش افزوده در اقتصاد دیجیتال کمک کند.

توسعه دولت الکترونیک: ارائه خدمات دولتی به صورت آنلاین و دیجیتال، می‌تواند منجر به افزایش شفافیت، کاهش هزینه‌ها، بهبود دسترسی شهروندان به خدمات دولتی و افزایش بهره‌وری در بخش دولتی شود.

تشویق به استفاده از فناوری‌های نوین: دولت و سازمان‌ها باید با ارائه مشوق‌ها و حمایت‌های لازم، استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، بلاک‌چین و اینترنت اشیا را در بخش‌های مختلف اقتصادی تشویق کنند.

توجه به امنیت سایبری: افزایش آگاهی عمومی در مورد امنیت سایبری و ارائه آموزش‌های لازم برای پیشگیری از جرایم سایبری، برای حفظ امنیت داده‌ها و اطلاعات در فضای دیجیتال ضروری است.

کاهش شکاف دیجیتالی: اتخاذ سیاست‌هایی برای دسترسی عادلانه همه افراد جامعه به فناوری‌های دیجیتال و آموزش‌های مرتبط، برای جلوگیری از افزایش نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی ناشی از شکاف دیجیتالی ضروری است.

در پایان:

اقتصاد دیجیتال با ایجاد تحولات بنیادین در ساختارها و فرآیندهای اقتصادی، تأثیر بسزایی بر بهره‌وری و رشد اقتصادی دارد. این پدیده نوین، با کاهش هزینه‌ها، افزایش شفافیت، اتوماسیون فرآیندها، بهبود مدیریت زنجیره تأمین، ایجاد مدل‌های کسب‌وکار جدید، دسترسی به بازارهای جهانی و بهبود ارتباطات و همکاری، به افزایش بهره‌وری کمک می‌کند. همچنین، با افزایش سرمایه‌گذاری در ICT، ایجاد نوآوری و کارآفرینی، افزایش بهره‌وری نیروی کار، توسعه تجارت الکترونیک و گسترش بازارهای جدید، به رشد اقتصادی نیز کمک می‌کند.



با این وجود، بهره‌برداری کامل از پتانسیل اقتصاد دیجیتال نیازمند توجه به چالش‌ها و موانع موجود، از جمله شکاف دیجیتالی، امنیت سایبری، حریم خصوصی، قوانین و مقررات و تغییرات بازار کار است. سیاست‌گذاران، کسب‌وکارها و افراد جامعه باید با همکاری و هماهنگی، بستری مناسب برای توسعه اقتصاد دیجیتال و بهره‌مندی از مزایای آن فراهم آورند. با اتخاذ سیاست‌های مناسب و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، آموزش و توسعه مهارت‌ها، می‌توان از اقتصاد دیجیتال به عنوان یک موتور محرکه قدرتمند برای رشد اقتصادی پایدار و توسعه اجتماعی استفاده کرد.

در خاتمه، تأکید می‌شود که اقتصاد دیجیتال نه تنها یک بخش جداگانه از اقتصاد نیست، بلکه به تدریج در تمام بخش‌های اقتصادی نفوذ کرده و آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بنابراین، درک صحیح از این پدیده و اتخاذ رویکردهای مناسب برای بهره‌برداری از آن، برای موفقیت در اقتصاد جهانی امروز و آینده ضروری است.

این مطلب به قلم دکتر سید محمدرضا حسینی علی‌آباد ارائه گردید.



برگزار شدن سومین همایش بین‌المللی مدرسه هزاره سوم، به همت انجمن مدیریت کسب و کار ایران، در یکم اسفندماه سال ۱۴۰۳، در محل سالن اجلاس سران کشورهای اسلامی علیرضا محمودی فرد

لینک کوتاه: <https://digieco-ai.ir/?p=۲۶۱۹>

سومین همایش بین‌المللی مدرسه هزاره سوم، به همت انجمن مدیریت کسب و کار ایران، در یکم اسفندماه سال ۱۴۰۳، در محل سالن اجلاس سران کشورهای اسلامی (مرکز همایش‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران) برگزار شد.

در این همایش که با استقبال جمع کثیری از فرهنگیان، اساتید، فرهیختگان، محققان و مدیران روبرو شده بود، مباحث بسیار کاربردی و مفیدی پیرامون آموزش در کشور، روش‌های نوین تدریس و آینده‌ی آموزش مطرح شد. در این همایش، سخنرانان فرهیخته‌ای به ایراد سخنرانی به‌صورت حضوری پرداختند و کلیپ ضبط شده‌ی برخی از سخنرانان اهل کشورهای خارجی نیز به نمایش گذاشته شد؛ عمده مباحث مطرح شده، پیرامون تحول سبک آموزش و ناکارآمد بودن سبک‌های آموزش سنتی در این روزگار، ویژگی‌های نسل‌های Z و آلفا، آموزش مبتنی بر هوش مصنوعی، فناوری‌های نوین و روندهای کنونی مرتبط با آموزش بود.



www.digieco-ai.ir



Organized by: Scientific and Applied University of Culture and Art, Unit 41 - Sepah Tejarat Iranian Management and Business Consulting Services Center

مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۱ و مرکز خدمات مشاوره‌ای مدیریت و امور بازرگانی سپهر تجارت ایرانیان برگزار می‌کنند:

International Conference on Social Entrepreneurship
Creating a Sustainable Future Through Innovation

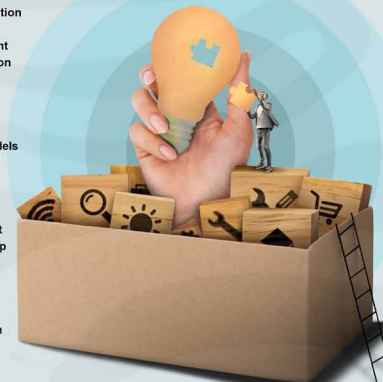
کنفرانس بین‌المللی کارآفرینی اجتماعی
خلق آینده‌ای پایدار از طریق نوآوری

Deadline for Submission of Original Articles: August 2025, 24
Notification of Article Review Results: 3 days after article submission
Last Deadline for Conference Registration: August 2025, 26
Conference Date: August 2025, 28

آخرین مهلت ارسال اصل مقالات: ۲۴ شهریور ۱۴۰۴
اعلام نتایج داوری مقالات: ۳ روز پس از ارسال مقالات
آخرین مهلت ثبت‌نام در کنفرانس: ۲۶ شهریور ۱۴۰۴
کنفرانس: ۲۸ شهریور ۱۴۰۴

Main Themes of the Conference

Social Innovation
Sustainable Development
Technology and Entrepreneurship
Impact Investment
Partnership and Collaboration
Entrepreneurship Policy
Social Impact Measurement
Entrepreneurship Education
Social Justice
Circular Economy
Climate and Environment
Inclusive Society
Sustainable Business Models
Innovative Solutions
A Brighter Future
Social Responsibility
Green Economic Growth
Community Empowerment
Women's Entrepreneurship
Youth and Innovation
Health and Wellness
Quality Education
Sustainable Cities
Responsible Consumption
Sustainable Production



محورهای اصلی کنفرانس

نوآوری اجتماعی
توسعه پایدار
فناوری و کارآفرینی
سرمایه‌گذاری اثرگذار
همکاری و مشارکت
سیاست کارآفرینی
سنجش اثر اجتماعی
آموزش کارآفرینی
عدالت اجتماعی
اقتصاد چرخشی
اقلیم و محیط زیست
جامعه فراگیر
مدل کسب‌وکار پایدار
راهکارهای نوآورانه
آینده‌ای روشن‌تر
مسئولیت اجتماعی
رشد اقتصادی سبز
توانمندسازی جوامع
کارآفرینی زنان
جوانان و نوآوری
بهداشت و سلامت
آموزش با کیفیت
شهرهای پایدار
مصرف مسئولانه
تولید پایدار

www.social-entrepreneurship.conf-nashr.ir

Conference Supreme Council:
Dr. Seyed Mohammadreza Hosseini Allabad
Conference President

Dr. Shahnaz Hashemi
Secretary of the Scientific and Arbitration
Committee

Dr. Maryam Abdoli
Secretary of the Executive Committee

Contact Person:
09011969484
info@irasi.ir

شورای عالی کنفرانس:
دکتر سید محمدرضا حسینی علی‌آباد
(رئیس کنفرانس)

دکتر شهناز هاشمی
(دبیر کمیته علمی و داوری)

دکتر مریم عبدلی
(دبیر کمیته اجرایی)

پاسخگو:
۰۹۰۱۱۹۶۹۴۸۴
info@irasi.ir

Secretariat Address and Venue:
No. 16, Professor Shahriar Street, East Side of Daneshjou Park,
Hafez Intersection, Valliasr Crossroads, Enghelab Street, Tehran

آدرس دبیرخانه و محل برگزاری:
تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه ولی نصر و حافظ، ضلع شرقی پارک دانشجو، تقاطع حافظ، خیابان استاد شهریار، پلاک ۱۶

www.digieco-ai.ir



۴ کاربرد برتر هوش مصنوعی در حوزه پزشکی



تشخیص بیماری

یادگیری ماشینی به خصوص الگوریتم‌های یادگیری عمیق، اخیراً موجب پیشرفت‌های قابل توجهی در تشخیص خودکار، کم‌هزینه و در دسترس‌تر بیماری‌ها شده‌اند.

شخصی‌سازی درمان

بیماران گوناگون، واکنش‌های متفاوتی نسبت به داروها و برنامه‌های درمانی دارند؛ در نتیجه شخصی‌سازی درمان می‌تواند طول عمر شخص را افزایش دهد.

کشف سریع دارو

کشف و ارائه دارو، یک فرآیند پرهزینه است. این روش می‌تواند نیاز به سالها پژوهش و صدها میلیون سرمایه‌گذاری را برطرف کند.

بهبود اصلاح ژن

روش اصلاح ژن کریسپر، جهش بزرگی در حوزه اصلاح ژن به شمار می‌رود که مانند یک جراح عمل می‌کند و روشی دقیق و در عین حال مقرون به صرفه است.

مرکز آموزش علمی کاربردی انفورماتیک ایران و شرکت فناوری و مهندسی پرتو صنعت طلایی برگزار می‌کنند:

کنفرانس سراسری پیشگامان نوآوری در مهندسی کامپیوتر، فناوری اطلاعات و هوش مصنوعی www.it-ai.confnastr.ir

تاریخ برگزاری:
۲۲ خرداد ۱۴۰۴
آخرین مهلت ثبت‌نام نهایی:
۲۰ خرداد ۱۴۰۴
آخرین مهلت ارسال اصل مقاله:
۱۸ خرداد ۱۴۰۴

محورهای کنفرانس:

۱. مهندسی کامپیوتر (Computer Engineering)
 - طراحی سخت افزار (Hardware Design)
 - سیستم‌های نهفته (Embedded Systems)
 - اینترنت اشیا (IoT)
 - معماری کامپیوتر (Computer Architecture)
 - پردازش موازی (Parallel Processing)
 - شبکه‌های کامپیوتری (Computer Networks)
 - امنیت سخت افزار (Hardware Security)
 - سیستم‌های بلادرنگ (Real-Time Systems)
 - پردازش سیگنال دیجیتال (Digital Signal Processing)
۲. فناوری اطلاعات (Information Technology)
 - مدیریت داده (Data Management)
 - سیستم‌های اطلاعاتی (Information Systems)
 - رایانش ابری (Cloud Computing)
 - محاسبات لبه (Edge Computing)
 - امنیت اطلاعات (Information Security)
 - حریم خصوصی (Privacy)
 - توسعه نرم افزار (Software Development)
 - مهندسی نرم افزار (Software Engineering)
 - فناوری‌های وب (Web Technologies)
۳. هوش مصنوعی (Artificial Intelligence)
 - یادگیری ماشین (Machine Learning)
 - یادگیری عمیق (Deep Learning)
 - پردازش زبان طبیعی (Natural Language Processing)
 - بینایی ماشین (Computer Vision)
 - سیستم‌های توصیه‌گر (Recommender Systems)
 - تحلیل داده (Data Analytics)
 - هوش مصنوعی اخلاقی (Ethical AI)
 - شبکه‌های عصبی (Neural Networks)
 - پردازش صوت و گفتار (Speech and Audio Processing)

۴. کاربردهای نوآورانه (Innovative Applications)
 - شهر هوشمند (Smart Cities)
 - سلامت دیجیتال (Digital Health)
 - فناوری‌های مالی (FinTech)
 - بلاکچین (Blockchain)
 - سیستم‌های حمل و نقل هوشمند (Intelligent Transportation Systems)
 - انرژی هوشمند (Smart Energy)
 - کشاورزی هوشمند (Smart Agriculture)
 - صنعت ۴.۰ (Industry 4.0)
 - محیط زیست هوشمند (Smart Environment)
۵. موضوعات میان‌رشته‌ای (Interdisciplinary Topics)
 - همگرایی فناوری‌ها (Technology Convergence)
 - اینترنت نسل پنجم و ششم (5G and 6G Networks)
 - واقعیت مجازی و افزوده (Virtual and Augmented Reality)
 - رباتیک (Robotics)
 - سیستم‌های خودکار (Autonomous Systems)
 - چالش‌های اجتماعی فناوری (Social Challenges of Technology)
 - اخلاق در فناوری (Ethics in Technology)
 - فناوری‌های آموزشی (Educational Technologies)
 - فناوری‌های سبز (Green Technologies)
۶. امنیت و حریم خصوصی (Security and Privacy)
 - امنیت سایبری (Cybersecurity)
 - رمزنگاری (Cryptography)
 - تشخیص نفوذ (Intrusion Detection)
 - مدیریت هویت (Identity Management)
 - امنیت اینترنت اشیا (IoT Security)
 - چالش‌های امنیتی (Security Challenges)
 - حریم خصوصی داده‌ها (Data Privacy)
 - امنیت شبکه (Network Security)
 - امنیت سیستم‌های نهفته (Embedded Systems Security)

ریاست کنفرانس:

دکتر سید محمدرضا حسینی علی‌آباد

دبیر کمیته علمی و داوری:

دکتر سید حسن نجات

دبیر کمیته اجرایی:

مهندس علیرضا محمودی فرد

پاسخگو:

پست الکترونیک:
alireza10.m10@gmail.com

آی دی ایتا:
a100m100

آدرس دبیرخانه و محل برگزاری:

تهران - هفت تیر
خیابان خرم‌دند جنوبی
پن‌بست سوم (وحدانی منش)
پلاک ۱

سومین همایش بین المللی مدرسه هزاره سوم، یکی از کنفرانس های کاربردی و مفید در حوزه های مرتبط در کشور است؛ رسانه های فرا اقتصاد بین الملل، کلام قلم و همچنین اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی، جزو حامیان رسانه ای این همایش هستند؛ لذا اینجانب علیرضا محمودی فرد، سردبیر این سه رسانه و من جمله رسانه فرا اقتصاد بین الملل، در خدمت ریاست انجمن کسب و کار ایران، بوده و گفتگوی اختصاصی با جناب آقای دکتر محمد هادی عسگری در خصوص جزئیات این کنفرانس داشته ایم؛ مخاطبین گرامی را به مطالعه ی متن گفتگو، دعوت می کنیم.

محمودی فرد: جناب دکتر، با تشکر از اینکه زمان خود را در اختیار ما گذاشتید، لطفا خودتان را معرفی فرموده و از سوابق و تجارب خویش برای مخاطبانمان بفرمایید.

عسگری:

به نام خدا؛ محمد هادی عسگری هستم، دارای مدرک تحصیلی دکتری تخصصی در رشته تحصیلی مدیریت بازرگانی با گرایش بازاریابی بین الملل؛ عضو هیات علمی رسمی - قطعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن با مرتبه علمی استادیار پایه ۲۹ هستم. گزیده ای از رزومه بنده شامل این موارد می شود:

رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران
نویسنده ۱۱۵ مقاله فارسی در مجلات علمی داخل کشور
نویسنده ۴۸ مقاله به زبان انگلیسی در مجلات علمی بین المللی
نویسنده ۵۲ مقاله در کنفرانس های ملی و بین المللی
انجام ۱۰ طرح پژوهشی از سال ۱۳۸۵ لغایت ۱۳۹۸
دارای ۳۵ گواهی نامه از کارگاه های آموزشی برگزار شده توسط دانشگاه های معتبر کشور
مؤلف کتاب تخصصی بازاریابی صنعتی (انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی)
مؤلف درسمانه های تخصصی دانشگاهی مدیریت بازاریابی بین الملل، سیستمهای خرید، انبارداری و توزیع و مدیریت منابع انسانی پیشرفته

پژوهشگر برتر در اولین جشنواره علمی- پژوهشی اساتید دانشگاه های استان مازندران در سال ۱۳۹۶
پژوهشگر برتر در سال های ۱۳۸۸، ۱۳۹۱، ۱۳۹۴ و ۱۴۰۲ در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن
کسب رتبه برتر علمی، پژوهشی در اولین جشنواره قلم استاد در سال ۱۳۹۴ در دانشگاه های آزاد اسلامی منطقه ۳ (گیلان و مازندران)

کسب رتبه برتر آموزشی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن در سال ۱۳۹۵
رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران از سال ۱۴۰۰ تا کنون
نایب رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران از سال ۱۳۹۷ لغایت ۱۴۰۰
مدیر انجمن علمی بازاریابی ایران- شعبه مازندران از سال ۱۳۹۶ لغایت ۱۳۹۹
رئیس کمیته روابط بین الملل انجمن علمی بازاریابی ایران از سال ۱۳۹۷ لغایت ۱۳۹۹
مدیر گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن از سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۳
معاون اداری و مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران از سال ۱۳۸۰ لغایت ۱۳۸۲
معاون دانشگاه و رئیس مرکز آموزشی و فرهنگی سما واحد تنکابن از سال ۱۳۸۲ لغایت ۱۳۸۵



مدیر طرح و برنامه و بودجه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن از سال ۱۳۸۰ لغایت ۱۳۸۲
معاون آموزشی-دانشجویی آموزشکده فنی و حرفه ای سما واحد تنکابن از سال ۱۳۸۳ لغایت ۱۳۸۵
عضو انجمن استادان و نخبگان بر جسته نهاد مقام معظم رهبری در دانشگاه ها
رئیس شورای سیاست گذاری و عضو کمیته علمی دومین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت کسب و کار در مرداد ماه سال ۱۴۰۲ (سالن اجلاس سران) با حضور معاون محترم وزیر و برخی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی

رئیس اولین همایش ملی پژوهش های حسابداری مدیریت با رویکرد کسب و کارهای نوین در سال ۱۳۹۷

عضو کمیته علمی کنفرانس ملی مدیریت، بازرگانی و فروش در سال ۱۳۹۹
عضو کمیته علمی اولین کنفرانس بین المللی گردشگری و تکنولوژی در سال ۱۳۹۹
عضو کمیته علمی اولین کنفرانس ملی آموزش و رهبری در سال ۱۳۹۱
عضو کمیته علمی اولین همایش ملی پژوهش های حسابداری مدیریت با رویکرد کسب و کارهای نوین در سال ۱۳۹۷

عضو کمیته علمی اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت کسب و کار در سال ۱۴۰۰
عضو کمیته علمی دهمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت و حسابداری در سال ۱۳۹۶
دبیر کمیسیون اقتصاد و بازرگانی شورای اسلامی شهر تنکابن از سال ۱۳۸۷ لغایت ۱۳۸۸
عضو کمیته تخصصی بخش تحقیقات اقتصادی اجتماعی مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان گیلان از سال ۱۳۹۰ لغایت ۱۳۹۲

عضو شورای آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن از سال ۱۳۸۳ لغایت ۱۳۸۴
رئیس آموزشکده فنی و حرفه ای سما واحد تنکابن از سال ۱۳۸۴ لغایت ۱۳۸۵
مدیر گروه رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن از سال ۱۳۷۸ لغایت ۱۳۸۰
عضو شورای اداری و مالی منطقه ۳ (استان های گیلان و مازندران) دانشگاه آزاد اسلامی از سال ۱۳۸۱ لغایت ۱۳۸۳

عضو کمیته ترفیعات سالانه اعضای هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن از سال ۱۳۸۰ لغایت ۱۳۸۵

عضو اصلی شورای آموزشی غیر پزشکی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن از سال ۱۳۸۰ لغایت ۱۳۸۳
عضو هیئت تحریریه فصلنامه مهارت آموزی (سازمان فنی و حرفه ای کشور) از سال ۱۴۰۰
دبیر تخصصی فصلنامه علمی مدیریت کسب و کار و کارآفرینی
عضو شورای نویسندگان و ناظران محتوایی ماهنامه آموزشی و پژوهشی مهندسی مدیریت از سال ۱۳۹۵ تا کنون

مدیر داخلی فصلنامه مدیریت و چشم انداز آموزش (دارای گرید الف از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) از سال ۱۴۰۰ تا کنون

مدیر داخلی و معاون سردبیر فصلنامه ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار (دارای گرید ب از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) از سال ۱۴۰۱ تا کنون

مدیر داخلی و جانشین سردبیر دوفصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت و بازاریابی از سال ۱۴۰۱ تا کنون



رئیس شورای راهبردی و عضو کمیته علمی سومین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت کسب و کار عضو کمیسیون علمی همایش ملی بازاریابی (رویکرد نوین بازاریابی) - برگزار کننده دانشگاه فردوسی مشهد عضو کمیته علمی دومین کنفرانس عصر انفجار تکنولوژی، هوش مصنوعی، تحولی در صنعت، تجارت و زنجیره تأمین - برگزار کننده بنیاد ملی نخبگان استان آذربایجان شرقی

محمودی فرد: جناب دکتر، لطفاً سومین همایش بین المللی مدرسه هزاره سوم را برای مخاطبان معرفی نمایید.

عسگری: سومین همایش بین المللی مدرسه هزاره سوم با رویکرد ارتقاء سطح آگاهی و بروزآوری مدیریت مراکز آموزشی مخصوصاً مدارس در ایران با نگاه به کسب و کارهای حوزه آموزش توسط انجمن مدیریت کسب و کار ایران برگزار می گردد.

ارائه آخرین دستاوردهای مدیریتی در حوزه مدیریت مراکز و نهادهای آموزشی و همچنین آشنایی با شیوه های مدیریت مدارس در کشورهای مختلف توسعه یافته و برنامه های علمی و تخصصی دیگر از مهم ترین برنامه های این رویداد مهم علمی و تخصصی است. بی تردید برگزاری رویدادهای علمی و تخصصی ای که در راستای افزایش سطح دانش مدیریت در مدارس و مراکز آموزشی کشور، می تواند از مهم ترین موضوعاتی باشد که به توسعه کشور کمک کند.

از این رو انجمن مدیریت کسب و کار ایران به عنوان مرجع دانش مدیریت کسب و کار در کشور، در تلاش است با همکاری نهادها و سازمان های تخصصی مرتبط با این موضوع، آخرین اطلاعات روز دنیا را با مدیران مدارس و مراکز آموزشی در ایران به اشتراک گذاشته و گامی مهم در راستای توسعه و بهبود شرایط آموزشی در کشور بردارد.

سومین همایش بین المللی مدرسه هزاره سوم با رویکرد مدیریت کسب و کار و هوش مصنوعی، پس از برگزاری موفق اولین همایش در سال ۱۳۹۶ در جزیره زیبای کیش و دومین همایش در سال ۱۳۹۸ در کشور ترکیه، در تهران و در مرکز همایش های بین المللی جمهوری اسلامی ایران (سالن اجلاس سران) و با حضور ویژه موسسین، مدیران، مشاورین و کارآفرینان آموزشی کشور برگزار می گردد. انجمن مدیریت کسب و کار ایران از همه علاقمندان و متخصصین موضوعات این رویداد، دعوت به همکاری می نماید و امیدوار است این تلاش علمی، از اثربخشی بالایی در سطح جامعه آموزشی ایران برخوردار باشد.

محمودی فرد: برگزار کننده کنفرانس، چه شرکت، موسسه، انجمن، دانشگاه یا سازمانی است و راه های ارتباطی با آن چگونه است؟

عسگری:

انجمن مدیریت کسب و کار ایران
راه های ارتباطی با دبیرخانه همایش عبارت است از:



www.digieco-ai.ir

آدرس پستی: تهران، شهرک غرب، خیابان شجریان شمالی (فلامک شمالی)، خیابان نوزدهم، پلاک ۱۲، واحد ۲
تلفن: ۰۲۱-۸۸۵۷۷۱۲۵
ایمیل: info@tmsconfcom

محمودی فرد: جناب دکتر عسگری، اهداف برگزاری این کنفرانس چیست؟

عسگری:

تغییر نگرش و کمک به اصلاح فرایندهای تصمیم گیری علمی و مؤثر مدیریتی در مدارس و مراکز آموزشی
آشنایی هسته اصلی تصمیم گیری مراکز آموزشی با ابعاد مختلف هوش مصنوعی و کاربردهای ویژه آن
معرفی شیوه ها و الگوهای نوین مدیریت مدارس و مراکز آموزشی در ایران و جهان
آشنایی با روش های بهره برداری از فن آوری های نوین مدیریت آموزشی
افزایش بهره وری و بهره برداری بهینه از ظرفیت های مختلف در کسب و کارهای آموزشی
آشنایی مدیران مدارس و مراکز آموزشی با روش های برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک، برندسازی و توسعه پایدار در حوزه آموزش
تلاش در راستای افزایش سطح دانش مدیریت در مدارس و مراکز آموزشی کشور

محمودی فرد: آقای دکتر عسگری، ویژگی های کنفرانس مربوطه چیست؟

عسگری:

بزرگ ترین گردهمایی مؤسسان، مدیران، مشاورین و کارآفرینان آموزشی کشور
تنها رویداد مدیریتی در حوزه مدارس و مراکز آموزشی در ایران
ارائه گواهینامه رسمی قابل استعلام از انجمن مدیریت کسب و کار ایران (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری)

ارائه گواهینامه بین المللی BRSM مورد تأیید IAF

ارائه گواهینامه بین المللی از اتحادیه دانشگاه های اروپا و آسیا EURAS

ارائه گواهینامه بین المللی از موسسه Dukes Education انگلستان

آشنایی با چهره های برتر علمی و حرفه ای در سطح ملی و بین المللی

حضور اساتید و سخنرانان مطرح ملی و بین المللی در موضوعات مرتبط

ارائه آخرین دستاوردهای حوزه مدیریت مدارس و مراکز آموزشی

همراهی و دیدار با جمعی از برترین مدیران پر سابقه مدارس و کارآفرینان آموزشی کشور

محمودی فرد: جناب دکتر، برگزاری در چه زمانی است؟

عسگری:

یکم اسفندماه ۱۴۰۳



www.digieco-ai.ir

محمودی فرد: آقای دکتر، محورهای کنفرانس برای پذیرش مقاله‌های علمی چیست؟

عسگری:

روش‌های مدیریت نوین مبتنی بر هوش مصنوعی

نوآوری در مدیریت مدرسه

فناوری در آموزش

مدیریت سرمایه انسانی در کسب و کارهای آموزشی

فرهنگ سازی و مدیریت روابط انسانی در محیط مدرسه

راهکارهای مالی و بودجه بندی ویژه مراکز آموزشی

شرایط و راهکارهای نوین کیفیت و ارزیابی آموزشی

برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک در مدارس و مراکز آموزشی

آینده پژوهی در مدارس و مراکز آموزشی

تفکر حل مساله در مدیریت

مدیریت فضای آموزشی کودک و نوجوان

رفتارشناسی نوجوانان

توسعه کسب و کارهای آموزشی

بررسی روش‌های نوین بازاریابی در حوزه آموزش

روش‌های شناخت و ارتباط با نسل Z

فرانچایز و حق نمایندگی در مراکز آموزشی و مدارس

توسعه و استراتژی برند در صنایع آموزشی

مشارکت خانواده و جامعه در مدیریت مدارس و مراکز آموزشی

محمودی فرد: سازمان و ارکان کنفرانس، چگونه است؟

عسگری:

آقای محمد اسماعیل دیده‌بان - دبیر اجرایی همایش

دکتر علی زرافشان - رئیس شورای سیاست گذاری

دکتر محمود امانی طهرانی - دبیر علمی

دکتر محمدرضا انبیاei - دبیر شورای سیاست گذاری

محمودی فرد: جناب دکتر، برنامه‌های کنفرانس در روزهای برگزاری آن، چه مواردی است؟

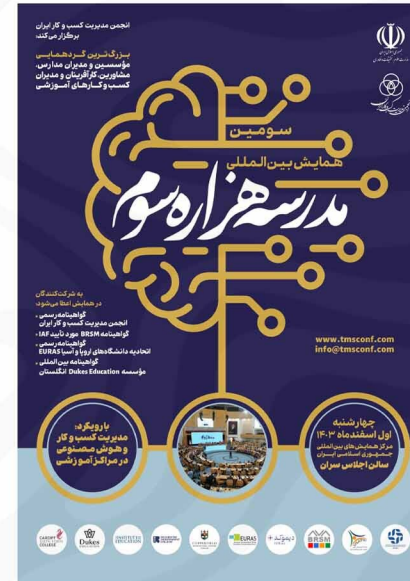
عسگری:

سخنرانی‌های علمی داخلی و خارجی

تجربه نگاری در مدیریت آموزشی

برگزاری کارگاه‌های تخصصی

تجلیل از چهره‌های ماندگار



ارائه آخرین دستاوردهای مدیریت آموزشی کشور

محمودی فرد: جناب دکتر، سخنران‌های دوره سوم کنفرانس، چه کسانی بوده و موضوعات سخنرانی

آن‌ها چیست؟

عسگری:

پروفسور Mustafa Aydin

آقای David Ball

آقای Grant Ferguson

خانم Jaana Nordensvan

آقای Gareth Collier

خانم Anna-Mari Jaatinen

دکتر محمود امانی طهرانی

دکتر علیرضا منادی سفیدان

دکتر علی زرافشان

دکتر یحیی تابش

عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شریف

دکتر حمیدرضا کفاح

دکتر محمود اولیائی

مهندس جعفر زیاری

خانم سودابه سالم

دکتر محمد مروتی شریف آبادی

دکتر جعفر ادیبی

دکتر اردشیر گراوند

محمودی فرد: آقای دکتر، ضمن تقدیر و تشکر از شما به جهت اینکه فرصت گرانقدر خود را در اختیار رسانه فرا اقتصاد بین الملل قرار دادید، در پایان اگر فرمایش یا نکته‌ای با مخاطبین این گفتگو دارید، شنونده خواهیم بود.

عسگری:

صحبت خاص دیگری نیست؛ بنده هم از شما بابت تدارک این گفتگو تشکر می‌کنم.



۱۰ خودروی گران برتر جهان در سال ۲۰۲۴ علیرضا محمودی فرد

لینک کوتاه: <https://digieco-ai.ir/?p=۲۱۹۸>

با پیشرفت‌های فناوری و طراحی، صنعت خودروسازی به تولید خودروهایی پرداخته است که نه تنها عملکرد بسیار بالایی دارند، بلکه به عنوان نمادهای لوکس و ثروت نیز شناخته می‌شوند. در سال ۲۰۲۴، خودروهای زیادی با قیمت‌های بالا به بازار عرضه شدند که نه تنها جاذبه‌های فنی، بلکه زیبایی‌های طراحی را نیز به همراه دارند. در این یادداشت به بررسی ۱۰ تا از خودروهای گران قیمت برتر جهان در سال ۲۰۲۴ پرداخته خواهد شد.



Rolls-Royce Boat Tail

قیمت: ۲۸ میلیون دلار

ویژگی‌ها: دارای طراحی منحصر به فرد با قابلیت سفارشی‌سازی گسترده. این خودرو نمایانگر اوج لوکسی است که رولز رویز به آن مشهور است. جزئیات فنی و دقت در طراحی از جمله ویژگی‌های بارز این خودرو هستند (Rolls-Royce, ۲۰۲۴).

Bugatti La Voiture Noire

قیمت: ۱۸.۷ میلیون دلار

ویژگی‌ها: این مدل نماد تکنولوژی و فناوری پیشرفته Bugatti است. طراحی شگفت‌انگیز و موتور قدرتمند آن، این خودرو را به یکی از جذاب‌ترین‌ها در دنیای خودروسازی تبدیل کرده است (Bugatti, ۲۰۲۴).

Pagani Zonda HP Barchetta

قیمت: ۱۷.۵ میلیون دلار

ویژگی‌ها: با طراحی خاص و منحصر به فرد. زوندا HP Barchetta یکی از قدرتمندترین و گران‌ترین خودروها در جهان است. این خودرو به خاطر سبک طراحی و عملکرد عالی‌اش، در لیست خودروهای سوپر اسپرت قرار دارد (Pagani, ۲۰۲۴).

۶۸

۶۷

گفت و گوی شبکه آموزش صدا و سیما، با دکتر محسن صادقی نیه، با محوریت اشتباهات رایج مدیران

لینک کوتاه: <https://digieco-ai.ir/?p=۲۰۹۰>

برنامه مثبت آموزش که از شبکه سراسری آموزش صدا و سیما پخش می‌شود به بخش‌های مختلف فرهنگی، سواد آموزشی، سواد مالی و اجتماعی می‌پردازد.

خلاصه گفت و گو اشتباهات رایج مدیران که میتوان از آن به عنوان تله مدیریت نیز نام برد شامل موارد زیر است:

تله سوپر استار مدیر، گوش شنوا برای افکار و ایده‌های جدید ندارد به عبارتی این دسته از مدیران خود را همه چیزدان میدانند.

تله اخبار منفی برخی مدیران نحوه برخورد با اخبار منفی را نمی‌دانند. بسیار مهم هست در شرایط کنونی که تورم و افزایش قیمت ارز را شاهد هستیم برخورد مدیر با این اخبار، برخورد درستی باشد و همینطور به پرسنل خود نیز این برخورد مناسب آموزش داده شود در مواجهه با اخبار منفی مدیران به دو دسته تقسیم می‌شوند برخی به دنبال مسأله هستند و برخی به دنبال حل مسأله.

تله تفویض اختیار برخی مدیران از تفویض اختیار نگران هستند. در واقع این دسته از مدیران، فضای مناسبی را در محیط کار پرسنل ایجاد نمی‌کنند تفویض برخی از اختیارات هم شرایط مناسب تری برای مدیر ایجاد می‌کند هم پرسنل مدیرانی که درگیر این تله هستند معمولاً خروجی مناسبی نمیگیرند.

تله مشغله مدیرانی که استفاده بهینه و هوشمندانه از زمان نمی‌کنند و به دلیل تراکم کارهای گاه‌ها غیر ضروری و قابل برون سپاری، از مطالعه و آموزش غافل می‌شوند مدیران باید مثلث، آموزش، مربی (کوچ و منتور) و آموزش را بسیار جدی بگیرند تا نتایج مطلوبی حاصل شود.

تله خلاقیت و نوآوری در دنیای امروز، اهمیت خلاقیت و نوآوری در کسب و کارها غیر قابل انکار است گاه‌ها مدیران به پرسنل اجازه پیشنهاد راهکاری‌های جدید و امکان عملی شدن آن را نمی‌دهند البته طبعاً در کسب و کارهای بزرگ، مرکز مجزایی برای تحقیق و نوآوری وجود دارد.



لینک کامل گفت و گو از شبکه آموزش

https://cdn1.tribtv.ir/mp4/20241231/amouzeshtv/2024-12-31_15-44-53.mp4

www.digieco-ai.ir

www.digieco-ai.ir

Mercedes-Benz Maybach Exelero

قیمت: ۸ میلیون دلار

ویژگی‌ها: این خودرو به عنوان یک خودرو لوکس شناخته می‌شود و طراحی آن به گونه‌ای است که به عنوان یک اثر هنری نیز قابل توجه است. قدرت و راحتی در این مدل به طرز شگفت‌انگیزی متعادل شده‌اند (Mercedes-Benz, ۲۰۲۴).

Bugatti Divo

قیمت: ۵.۸ میلیون دلار

ویژگی‌ها: دایوو با طراحی منحصر به فرد و ویژگی‌های آیرودینامیکی، نسبت به سایر مدل‌ها عملکرد برتری ارائه می‌دهد. این خودرو به شکل خاصی ساخته شده تا نهایت کارایی و زیبایی را به نمایش بگذارد (Bugatti, ۲۰۲۴).

Pagani Huayra Imola

قیمت: ۵.۴ میلیون دلار

ویژگی‌ها: هواپرا ایمولا با طراحی آیرودینامیک و تکنولوژی‌های انحصاری، قدرت و زیبایی را به بالاترین سطح ممکن رسانده است. با موتور ۷۱۲ این خودرو به یک نمونه استثنایی تبدیل شده است (Pagani, ۲۰۲۴).

Koenigsegg CCXR Trevita

قیمت: ۴.۸ میلیون دلار

ویژگی‌ها: با بدنه‌ای ساخته شده از کربن و یک موتور قدرتمند، CCXR Trevita یکی از نادرترین و گران‌ترین سوپرکارها به شمار می‌آید. این خودرو ترکیبی از عملکرد بی‌نظیر و زیبایی است (Koenigsegg, ۲۰۲۴).

Lamborghini Veneno Roadster

قیمت: ۴.۵ میلیون دلار

ویژگی‌ها: وننو با طراحی تهاجمی و عملکرد فوق‌العاده، نه تنها یکی از زیباترین، بلکه از گران‌ترین خودروهای دنیا است. این خودرو با موتور ۷۱۲ و شتاب بی‌نظیرش توجه بسیاری را جلب کرده است (Lamborghini, ۲۰۲۴).

Aston Martin Valkyrie

قیمت: ۳.۲ میلیون دلار

ویژگی‌ها: این خودرو به عنوان یک هایپرکار فوق‌العاده شناخته می‌شود و دارای طراحی بسیار پیشرفته و موتور ۷۱۲ است. والکری ترکیبی از تکنولوژی و دقت در عملکرد را به ارمغان می‌آورد (Aston Martin, ۲۰۲۴).

Ferrari Pininfarina Sergio

قیمت: ۳ میلیون دلار

ویژگی‌ها: این خودرو تجسم هنر و طراحی ایتالیایی بوده و تنها ۶ نمونه از آن تولید شده است. قدرت و زیبایی، ترکیب بی‌نظیری را در این مدل ایجاد کرده‌اند (Ferrari, ۲۰۲۴).

www.digieco-ai.ir


جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

خودروهای گران‌قیمت نه تنها نمایانگر تکنولوژی و طراحی پیشرفته هستند، بلکه نمادهایی از ثروت و سبک زندگی لوکس نیز به شمار می‌آیند. بازار خودروهای گران‌قیمت در سال ۲۰۲۴ با عرضه و معرفی مدل‌های جدید و منحصر به فرد شاهد تحولات جدیدی بود که به ذائقه علاقه‌مندان به اتومبیل، فراتر از انتظار می‌رفت.

گردآوری: علیرضا محمودی فرد - سردبیر کلام قلم



طراحی‌فان

انجام کلیه خدمات گرافیکی:

پست و استوری، موشن گرافیک، لوگو،
پوستر، جلد کتاب، کارت ویزیت، تراکت
سرپرک، کارت پستال و...

@tarahifar
۰۹۳۵۶۳۶۷۰۲



گروه طراحی سایت آسان وب

با مدیریت سیدحسین طاهرزاده

09198695596-09396606599

کلیک کنید

asanweb.net


www.digieco-ai.ir




ورود به بازارهای بین‌المللی فرصتی طلایی برای کسب‌وکارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) است تا رشد و توسعه خود را تسریع بخشند، دامنه مشتریان خود را گسترش دهند و از مزایای رقابتی جدیدی بهره‌مند شوند. با این حال، این مسیر چالش‌های خاص خود را نیز به همراه دارد. انتخاب استراتژی مناسب برای ورود به بازار بین‌المللی، نقشی حیاتی در موفقیت یا شکست این تلاش‌ها ایفا می‌کند. این دادداشت علمی به بررسی جامع استراتژی‌های مختلف ورود به بازارهای بین‌المللی برای کسب‌وکارهای نوپا، همراه با مثال‌ها، کاربردها و جزئیات بیشتر می‌پردازد.

بخش اول: چرا کسب‌وکارهای نوپا باید به بازارهای بین‌المللی فکر کنند؟
افزایش پتانسیل رشد: بازارهای داخلی ممکن است محدودیت‌هایی برای رشد کسب‌وکار داشته باشند. بازارهای بین‌المللی فرصت‌های بی‌شماری برای افزایش فروش، درآمد و سهم بازار ارائه می‌دهند. کاهش وابستگی به بازار داخلی: تنوع بخشیدن به بازارها، ریسک‌های ناشی از رکود اقتصادی یا تغییرات ناگهانی در بازار داخلی را کاهش می‌دهد. دسترسی به منابع و استعدادهای جدید: بازارهای بین‌المللی می‌توانند دسترسی به منابع مالی، فناوری‌های جدید، نیروی کار متخصص و مواد اولیه را فراهم کنند. بهبود تصویر برند و افزایش اعتبار: حضور موفق در بازارهای بین‌المللی، به بهبود تصویر برند و افزایش اعتبار کسب‌وکار در سطح جهانی کمک می‌کند. بهره‌برداری از مزایای رقابتی: کسب‌وکارهای نوپا ممکن است دارای مزایای رقابتی منحصر به فردی باشند که در بازارهای بین‌المللی مورد تقاضا باشند.

بخش دوم: عوامل مؤثر در انتخاب استراتژی ورود به بازار بین‌المللی
انتخاب استراتژی مناسب، به عوامل متعددی بستگی دارد که در ادامه به برخی از مهم‌ترین آنها اشاره می‌

شود:
اندازه و منابع شرکت: کسب‌وکارهای نوپا با منابع محدود، باید استراتژی‌های کم‌هزینه‌تر را انتخاب کنند.
ویژگی‌های محصول یا خدمت: محصولاتی که به راحتی قابل حمل و نقل و توزیع هستند، گزینه‌های بیشتری برای ورود به بازار دارند.
ویژگی‌های بازار هدف: اندازه بازار، سطح رقابت، قوانین و مقررات، فرهنگ و زبان، از جمله عوامل مؤثر در انتخاب استراتژی هستند.
میزان ریسک‌پذیری شرکت: برخی استراتژی‌ها ریسک بالاتری نسبت به سایرین دارند.
اهداف شرکت از ورود به بازار بین‌المللی: اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت شرکت، در انتخاب استراتژی تأثیرگذار است.
بخش سوم: استراتژی‌های ورود به بازارهای بین‌المللی برای کسب‌وکارهای نوپا

در این بخش به بررسی مفصل استراتژی‌های مختلف ورود به بازارهای بین‌المللی برای کسب‌وکارهای نوپا می‌پردازیم:

صادرات مستقیم:
توضیح: فروش مستقیم محصولات یا خدمات به مشتریان در بازار خارجی.
مزایا: کنترل بیشتر بر فرآیند فروش و بازاریابی، ارتباط مستقیم با مشتریان، حاشیه سود بالاتر.
معایب: نیاز به سرمایه‌گذاری بیشتر در بازاریابی و توزیع، ریسک بالاتر، نیاز به دانش بیشتر در مورد بازار خارجی.
کاربرد برای کسب‌وکارهای نوپا: کسب‌وکارهایی که محصولات منحصر به فرد یا با تقاضای بالا در بازار خارجی دارند.
مثال: یک استارت‌آپ تولیدکننده نرم‌افزار، محصول خود را مستقیماً به شرکت‌ها در کشورهای دیگر می‌فروشد.

صادرات غیرمستقیم:
توضیح: استفاده از واسطه‌ها مانند شرکت‌های بازرگانی، توزیع‌کنندگان یا نمایندگان فروش برای فروش محصولات در بازار خارجی.
مزایا: ریسک کمتر، نیاز به سرمایه‌گذاری کمتر، دسترسی به شبکه‌های توزیع موجود.
معایب: کنترل کمتر بر فرآیند فروش و بازاریابی، حاشیه سود کمتر، وابستگی به واسطه‌ها.
کاربرد برای کسب‌وکارهای نوپا: کسب‌وکارهایی با منابع محدود یا دانش کم در مورد بازار خارجی.
مثال: یک استارت‌آپ تولیدکننده صنایع دستی، محصولات خود را از طریق یک شرکت بازرگانی به کشورهای دیگر صادر می‌کند.
اعطای نمایندگی (Franchising):

توضیح: اعطای مجوز استفاده از نام تجاری، مدل کسب‌وکار و دانش فنی به یک شرکت خارجی در



ازای دریافت حق امتیاز.
مزایا: گسترش سریع کسب و کار با سرمایه گذاری کمتر، بهره برداری از دانش و تجربه محلی.
معایب: از دست دادن بخشی از کنترل بر کسب و کار، ریسک آسیب به برند در صورت عملکرد نامناسب نماینده.

کاربرد برای کسب و کارهای نوپا: کسب و کارهایی با مدل کسب و کار قابل تکرار و برند قوی.
مثال: یک استارت آپ فست فود، نمایندگی های خود را در کشورهای دیگر اعطا می کند.

صدور مجوز (Licensing):

توضیح: اعطای مجوز استفاده از فناوری، دانش فنی، حق اختراع یا علامت تجاری به یک شرکت خارجی در ازای دریافت حق امتیاز.

مزایا: درآمدزایی بدون سرمایه گذاری مستقیم، گسترش سریع فناوری یا برند.
معایب: از دست دادن بخشی از کنترل بر فناوری یا برند، ریسک کپی برداری.
کاربرد برای کسب و کارهای نوپا: کسب و کارهایی با فناوری منحصر به فرد یا حق اختراع.
مثال: یک استارت آپ نرم افزاری، مجوز استفاده از فناوری خود را به یک شرکت خارجی می دهد.

سرمایه گذاری مشترک (Joint Venture):

توضیح: تشکیل یک شرکت جدید با همکاری یک شرکت خارجی برای ورود به بازار.
مزایا: به اشتراک گذاشتن منابع و ریسک، دسترسی به دانش و تجربه محلی.
معایب: پیچیدگی های مدیریتی و حقوقی، احتمال بروز اختلاف نظر بین شرکا.
کاربرد برای کسب و کارهای نوپا: ورود به بازارهای پیچیده یا با موانع قانونی بالا.
مثال: یک استارت آپ تولید کننده تجهیزات پزشکی، با یک شرکت توزیع کننده محلی، یک شرکت جدید برای توزیع محصولات خود در آن کشور تأسیس می کند.

سرمایه گذاری مستقیم خارجی (Foreign Direct Investment - FDI):

توضیح: تأسیس یک واحد تولیدی، فروش یا توزیع در بازار خارجی.
مزایا: کنترل کامل بر عملیات، دسترسی مستقیم به بازار، بهره برداری از مزایای مالیاتی و مشوق های دولتی.
معایب: نیاز به سرمایه گذاری بالا، ریسک بالا، پیچیدگی های مدیریتی و حقوقی.
کاربرد برای کسب و کارهای نوپا: کسب و کارهایی با منابع مالی کافی و استراتژی بلندمدت برای حضور در بازار خارجی.
مثال: یک استارت آپ تولید کننده خودروهای برقی، یک کارخانه تولید در یک کشور خارجی تأسیس می کند.

کسب و کار آنلاین (E-commerce):

توضیح: فروش محصولات یا خدمات از طریق اینترنت به مشتریان در سراسر جهان.
مزایا: هزینه راه اندازی پایین، دسترسی آسان به بازارهای جهانی، امکان هدف قرار دادن مخاطبان خاص.
معایب: رقابت شدید، مسائل مربوط به لجستیک و حمل و نقل بین المللی، مسائل مربوط به پرداخت های بین المللی.

www.digieco-ai.ir



کاربرد برای کسب و کارهای نوپا: کسب و کارهایی با محصولات یا خدمات دیجیتال یا قابل ارسال پستی.
مثال: یک استارت آپ فروشنده لباس، یک فروشگاه آنلاین راه اندازی می کند و محصولات خود را به سراسر جهان ارسال می کند.

بخش چهارم: مراحل ورود به بازار بین المللی

تحقیقات بازار: شناخت دقیق بازار هدف، شامل اندازه بازار، رقبا، مشتریان، قوانین و مقررات، فرهنگ و زبان.

تعیین اهداف: تعیین اهداف کمی و کیفی از ورود به بازار بین المللی، مانند افزایش سهم بازار، افزایش درآمد، ورود به بازارهای جدید، افزایش آگاهی از برند و غیره. این اهداف باید SMART باشند (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound). یعنی مشخص، قابل اندازه گیری، دست یافتنی، مرتبط و دارای محدودیت زمانی باشند.

انتخاب استراتژی ورود: با توجه به تحقیقات بازار، منابع شرکت و اهداف تعیین شده، استراتژی مناسب برای ورود به بازار بین المللی انتخاب می شود. (همانطور که در بخش سوم به تفصیل توضیح داده شد).

تدوین طرح کسب و کار بین المللی: یک طرح کسب و کار جامع برای فعالیت در بازار بین المللی تهیه می شود که شامل موارد زیر است:

خلاصه اجرایی: خلاصه ای از طرح کسب و کار و اهداف اصلی.

تحلیل بازار: تحلیل دقیق بازار هدف، رقبا و مشتریان.

استراتژی بازاریابی: استراتژی های بازاریابی برای جذب مشتریان در بازار خارجی، شامل تبلیغات، روابط عمومی، فروش و توزیع.

استراتژی عملیاتی: نحوه انجام عملیات در بازار خارجی، شامل تولید، لجستیک، انبارداری و خدمات پس از فروش.

ساختار سازمانی: ساختار سازمانی برای مدیریت فعالیت های بین المللی.

برنامه مالی: پیش بینی درآمدها، هزینه ها و سودآوری در بازار خارجی.

مدیریت ریسک: شناسایی و ارزیابی ریسک های مرتبط با فعالیت در بازار خارجی و تدوین برنامه های مدیریت ریسک.

اجرا و ارزیابی: طرح کسب و کار بین المللی اجرا شده و به طور مداوم ارزیابی می شود تا در صورت نیاز، اصلاحات لازم انجام شود.

بخش پنجم: چالش های ورود به بازارهای بین المللی برای کسب و کارهای نوپا

کسب و کارهای نوپا در ورود به بازارهای بین المللی با چالش های متعددی روبرو هستند که برخی از مهم ترین آنها عبارتند از:



www.digieco-ai.ir

کمیود منابع مالی: ورود به بازارهای بین المللی نیازمند سرمایه گذاری قابل توجهی است که ممکن است برای کسب و کارهای نوپا دشوار باشد.

کمیود دانش و تجربه: کسب و کارهای نوپا ممکن است دانش و تجربه کافی در مورد بازارهای خارجی، قوانین و مقررات، فرهنگ و زبان نداشته باشند.

رقابت شدید: رقابت در بازارهای بین المللی بسیار شدید است و کسب و کارهای نوپا باید بتوانند با رقبای بزرگ و قدرتمند رقابت کنند.

مسائل مربوط به لجستیک و حمل و نقل: حمل و نقل کالا به بازارهای خارجی می تواند پرهزینه و پیچیده باشد.

مسائل مربوط به پرداخت های بین المللی: انجام پرداخت های بین المللی می تواند با چالش هایی مانند نرخ ارز و قوانین بانکی مختلف همراه باشد.

تفاوت های فرهنگی و زبانی: درک تفاوت های فرهنگی و زبانی برای موفقیت در بازارهای بین المللی ضروری است.

موانع قانونی و مقرراتی: قوانین و مقررات مختلف در کشورهای مختلف می تواند ورود به بازار را دشوار کند.

بخش ششم: راهکارهایی برای موفقیت کسب و کارهای نوپا در بازارهای بین المللی

برای غلبه بر چالش ها و افزایش احتمال موفقیت، کسب و کارهای نوپا می توانند از راهکارهای زیر استفاده کنند:

تمرکز بر بازارهای خاص: به جای تلاش برای ورود به بازارهای متعدد به طور همزمان، بر بازارهای خاصی که پتانسیل بالایی دارند تمرکز کنند.

استفاده از فناوری: از فناوری های نوین مانند اینترنت، شبکه های اجتماعی و تجارت الکترونیک برای کاهش هزینه ها و افزایش دسترسی به مشتریان استفاده کنند.

همکاری با شرکای محلی: همکاری با شرکای محلی می تواند به کسب و کارهای نوپا در درک بازار، قوانین و مقررات و فرهنگ محلی کمک کند.

شرکت در نمایشگاه های بین المللی: شرکت در نمایشگاه های بین المللی فرصتی عالی برای معرفی محصولات و خدمات و برقراری ارتباط با مشتریان و شرکای بالقوه است.

استفاده از مشاوران متخصص: استفاده از مشاوران متخصص در زمینه بازارهای بین المللی می تواند به کسب و کارهای نوپا در انتخاب استراتژی مناسب و غلبه بر چالش ها کمک کند.

یادگیری مداوم: کسب و کارهای نوپا باید به طور مداوم در مورد بازارهای بین المللی، قوانین و مقررات و فرهنگ های مختلف یاد بگیرند.

انعطاف پذیری: کسب و کارهای نوپا باید انعطاف پذیر باشند و آماده تغییر استراتژی خود در صورت لزوم باشند.

بخش هفتم: مثال های موفق از ورود کسب و کارهای نوپا به بازارهای بین المللی

Airbnb: این استارتاپ با ارائه یک پلتفرم آنلاین برای اجاره اقامتگاه، به سرعت در سراسر جهان گسترش یافت.

Spotify: این استارتاپ با ارائه خدمات پخش موسیقی آنلاین، به یکی از بزرگترین پلتفرم های موسیقی در جهان تبدیل شد.

Dropbox: این استارتاپ با ارائه خدمات ذخیره سازی ابری، به سرعت در بین کاربران در سراسر جهان



www.digieco-ai.ir

محبوبیت پیدا کرد.

این مثال ها نشان می دهند که کسب و کارهای نوپا با استراتژی مناسب و تلاش مداوم می توانند در بازارهای بین المللی به موفقیت های چشمگیری دست پیدا کنند.

نتیجه گیری:

ورود به بازارهای بین المللی فرصت های بی نظیری برای رشد و توسعه کسب و کارهای نوپا فراهم می کند. با این حال، این مسیر با چالش هایی نیز همراه است. انتخاب استراتژی مناسب، برنامه ریزی دقیق، مدیریت ریسک و استفاده از راهکارهای مناسب، نقش حیاتی در موفقیت کسب و کارهای نوپا در بازارهای بین المللی ایفا می کند. با در نظر گرفتن نکات ذکر شده در این یادداشت علمی، کسب و کارهای نوپا می توانند با اطمینان بیشتری به بازارهای بین المللی وارد شده و از مزایای آن بهره مند شوند.

به قلم: پروفسور سید محمدرضا حسینی علی آباد - پژوهشگر حوزه مدیریت بین الملل، بنیان گذار دکترین هم آفرینی کوانتومی و پست دکتری مدیریت دانشگاه بین المللی ارمنستان



www.digieco-ai.ir





تعتبر بطاريات الليثيوم أيون قلب السيارات الكهربائية، ولها دور محوري في تحول صناعه النقل. مع زيادة الطلب على السيارات الكهربائية، أصبح تحسين أداء البطاريات، بما في ذلك زيادة الطاقة السعة، والكثافة الطاقة، وعمر الدورة، والسلامة، أولوية قصوى. تقدم تكنولوجيا النانو، من خلال توفير مواد ذات بنية وخصائص فريدة على المستوى النانوي، حلاً مبتكراً للتحديات الموجودة في بطاريات الليثيوم أيون. في هذه المقالة، سنستعرض بالتفصيل دور النانومواد في تحسين أداء بطاريات الليثيوم أيون في السيارات الكهربائية.

تحديات بطاريات الليثيوم أيون والحاجة إلى النانومواد
على الرغم من مزاياها العديدة، لا تزال بطاريات الليثيوم أيون تواجه تحديات مثل محدودية الطاقة السعة، وقصر عمر الدورة، وانخفاض السلامة، وبطء معدل الشحن. هذه التحديات تعيق تطوير السيارات الكهربائية ذات المدى الطويل، والعمر الطويل، والتكلفة المعقولة.

الجدول ۱: التحديات الرئيسية في بطاريات الليثيوم أيون والحلول المقترحة باستخدام النانومواد

التحدي	السبب الرئيسي	الحل المقترح باستخدام النانومواد
محدودية الطاقة السعة	القيود المتأصلة في المواد النشطة	استخدام النانومواد ذات المساحة السطحية العالية لزيادة سعة تخزين أيونات الليثيوم
قصر عمر الدورة	تدهور البنية البلورية للمواد النشطة، وتكوين شجيرات الليثيوم	استخدام النانومواد المستقرة والطلاء الواقية لتحسين الاستقرار البنيوي
انخفاض السلامة	التفاعلات الجانبية، وتسرب الإلكتروليت	استخدام النانومواد لتحسين استقرار الإلكتروليت وتقليل خطر الحريق
بطء معدل الشحن	بطء انتقال أيونات الليثيوم	استخدام النانومواد لتحسين التوصيل الأيوني وتقليل مسار انتقال الأيونات



دور النانومواد في تحسين مكونات البطارية
تساهم النانومواد، بفضل خصائصها الفريدة، في تحسين أداء كل من مكونات بطارية الليثيوم أيون الأساسية (المهبط، والأنود، والإلكتروليت، والفصل).

۱. المهبط

زيادة المساحة السطحية: يؤدي استخدام نانوجسيمات المواد الكاثودية مثل أكاسيد الليثيوم (LiCoO_2 , LiMn_2O_4)، وفوسفاتات الليثيوم (LiFePO_4)، وسلفيدات الليثيوم (Li_2S) إلى زيادة مساحة التماس بين الإلكتروليت والمادة النشطة، وبالتالي تحسين السعة والقوة للبطارية.
تقليل مسار انتقال أيونات الليثيوم: تساهم البنية النانوية للمواد الكاثودية في تقليل مسار انتقال أيونات الليثيوم وزيادة سرعه التفاعلات الكهروكيميائية.
تحسين الاستقرار البنيوي: يؤدي طلاء نانوجسيمات الكاثود بطبقات واقية مثل الكربون أو المعادن إلى تحسين الاستقرار البنيوي وتقليل تدهور المواد النشطة خلال دورات الشحن والتفريغ.

۲. الأنود

زيادة سعة التخزين: يؤدي استخدام نانوجسيمات السيليكون، والقصدير، وسبائكها كماد أنودية إلى زيادة كبيرة في سعة تخزين أيونات الليثيوم وتحسين كثافة الطاقة للبطارية.
تحسين التوصيل الكهربائي: يؤدي استخدام النان أنابيب الكربونيه، والنانوشرايط الجرافينيه، والنانوجسيمات الكربونيه كمضافات إلى الأنود إلى زيادة التوصيل الكهربائي وتحسين أداء البطارية عند درجات الحرارة المنخفضة.
تقليل التمدد الحجمي: يؤدي طلاء نانوجسيمات الأنود بطبقات واقية مثل الكربون أو المعادن إلى تقليل التمدد الحجمي للأنود أثناء عملية الليثيوم، وتحسين الاستقرار البنيوي.

۳. الإلكتروليت

زيادة الاستقرار الكيميائي: يؤدي استخدام نانوجسيمات السيراميك مثل الألومينا والسيليكا كمضافات إلى الإلكتروليت إلى زيادة الاستقرار الكيميائي وتقليل تسرب الإلكتروليت.
تحسين التوصيل الأيوني: يؤدي استخدام نانوجسيمات المعادن مثل الذهب والفضة كمضافات إلى الإلكتروليت إلى تحسين التوصيل الأيوني وزيادة سرعه التفاعلات الكهروكيميائية.
تقليل تكوين شجيرات الليثيوم: يؤدي استخدام النانومواد ذات البنية المسامية كمضافات إلى الإلكتروليت إلى تقليل تكوين شجيرات الليثيوم وتحسين سلامة البطارية.

۴. الفاصل

زيادة القوة الميكانيكية: يؤدي استخدام النان ألياف البوليمر كفاصل إلى زيادة القوة الميكانيكية وتقليل سمك الفاصل وبالتالي تحسين أداء البطارية.
تحسين النفاذية الأيونية: يؤدي استخدام النانو مسامات والنانو قنوات في الفاصل إلى تحسين النفاذية الأيونية وزيادة سرعه انتقال أيونات الليثيوم.
مزايا استخدام النانومواد في بطاريات الليثيوم أيون
زيادة ملحوظة في الطاقة السعة وكثافة الطاقة
تحسين عمر الدورة والاستقرار طويل الأجل
زيادة السلامة وتقليل خطر الحريق
زيادة سرعه الشحن والتفريغ
تقليل التكلفة الإنتاجية على المدى الطويل
التحديات والمستقبل



لینک کوتاه: <https://digieco-ai.ir/?p=۲۰۱۰>

علم و فناوری به‌عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی در کشورهای مختلف شناخته می‌شود. با توجه به پیشرفت‌های سریع در این حوزه، کشورها در تلاش‌اند تا با سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، نوآوری و جذب نخبگان علمی، جایگاه خود را در عرصه جهانی ارتقاء دهند. در این متن، هشت کشور برتر از نظر سرعت پیشرفت در علم و فناوری در سال ۲۰۲۴ بررسی می‌شوند.

ایالات متحده آمریکا

ایالات متحده کماکان در صدر پیشرفت‌های علمی و فناوری قرار دارد. سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه در سال ۲۰۲۴ به حدود ۷۰۰ میلیارد دلار رسید و این کشور مرکز بسیاری از شرکت‌های فناوری پیشرفته مانند Google، Apple و Microsoft است؛ همچنین، دانشگاه‌های امریکایی مانند MIT، Harvard و Stanford در تحقیق‌های علمی، رهبر جهانی به شمار می‌آیند (National Science Foundation, ۲۰۲۴).

چین

چین با افزایش سرمایه‌گذاری‌های خود در حوزه فناوری‌های نوین و شتاب بخشیدن به برنامه‌های تحقیق و توسعه، به یکی از بازیگران کلیدی در عرصه فناوری تبدیل شده است. در سال ۲۰۲۴، چین به‌دنبال برتری در فناوری‌های ارتباطات، هوش مصنوعی و بیوتکنولوژی بوده است و برنامه‌های دولتی مانند "چین ۲۰۲۵" به ترقی این صنعت کمک می‌کند (Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China, ۲۰۲۴).

ژاپن

ژاپن به‌عنوان یکی از کشورهای پیشرو در صنعت رباتیک، الکترونیک، خودرو و تکنولوژی‌های پیشرفته شناخته می‌شود. این کشور در سال ۲۰۲۴ با استفاده از تکنولوژی‌های نوین و تمرکز بر تحقیق در حوزه‌های مختلف، به پیشرفت‌های قابل توجهی دست یافته است. دولت ژاپن سیاست‌هایی را برای تقویت ابتکارات علمی و تحقیقاتی اتخاذ کرده است (Japan's Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology, ۲۰۲۴).

آلمان

آلمان به‌عنوان یک قدرت صنعتی بزرگ در اروپا، با تمرکز بر تحقیق و توسعه، به‌ویژه در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر و فناوری‌های مهندسی، مواجهه با چالش‌های زیست‌محیطی را نیز در دستور کار دارد. در سال ۲۰۲۴، آلمان در زمینه یافته‌های علمی و فناوری‌های نوین به رشد بالایی دست یافته است (German Federal Ministry of Education and Research, ۲۰۲۴).

کره جنوبی

کره جنوبی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) به‌سرعت در حال رشد است. با سرمایه‌گذاری‌های سنگین در تحقیق و توسعه و به‌کارگیری فناوری‌های نوین، کره جنوبی در سال ۲۰۲۴ به پیشرفت‌های چشم‌گیری در صنایع الکترونیک و خودروسازی دست یافته است (Korean Ministry of Science and ICT, ۲۰۲۴).

انگلستان

انگلستان به‌عنوان یک مرکز تحقیقاتی مهم در اروپا، در سال ۲۰۲۴ همچنان در زمینه‌های علمی و فناوری رشد چشم

علی‌الرغم من المزايا العديدة، يواجه استخدام النانومواد في بطاريات الليثيوم أيون بعض التحديات مثل ارتفاع تكلفة الإنتاج، وصعوبة دمجها في عملية إنتاج البطارية، وعدم استقرار بعض النانومواد على المدى الطويل، وقضايا بيئية.

ومع ذلك، مع التقدم السريع في مجال تكنولوجيا النانو، من المتوقع أن تشهد في المستقبل القريب تطوير بطاريات الليثيوم أيون ذات أداء أعلى وتكلفة أقل. ستلعب هذه البطاريات دورًا حاسمًا في تسريع عملية الانتقال إلى الطاقة النظيفة وتقليل الاعتماد على الوقود الأحفوري.

الخلاصة

تلعب النانومواد دورًا حيويًا في تطوير بطاريات الليثيوم أيون عالية الأداء للسيارات الكهربائية من خلال تقديم حلول مبتكرة لتحسين أداء مكونات البطارية المختلفة. ونظرًا لأهمية بطاريات الليثيوم أيون في مستقبل الطاقة، فإن الاستثمار في البحث والتطوير في هذا المجال له أهمية كبيرة.

بقلم الدكتور: سيد محمد رضا حسيني علي آباد



www.digieco-ai.ir



www.digieco-ai.ir



در دنیای معاصر، فناوری‌های نوین باعث ایجاد تغییرات اساسی در روش‌های تولید و فرآیندهای صنعتی شده‌اند. یکی از بارزترین نمونه‌های این تغییرات، ربات‌های صنعتی هستند که با بهره‌گیری از هوش مصنوعی (AI) به طرز چشمگیری در حال تحول هستند. هوش مصنوعی به ربات‌ها این امکان را می‌دهد که از داده‌های جمع‌آوری شده یاد بگیرند، تحلیل کنند و در نتیجه رفتارهایی شبیه به انسان‌ها از خود بروز دهند. این یادداشت علمی به بررسی چگونگی بهبود عملکرد ربات‌های صنعتی با استفاده از هوش مصنوعی می‌پردازد.

تاریخچه و تکامل ربات‌های صنعتی
ربات‌های صنعتی برای اولین بار در دهه ۱۹۶۰ به صنعت معرفی شدند و از آن زمان تاکنون، شاهد تغییرات اگراسی در طراحی و عملکرد آن‌ها بوده‌ایم. در اوایل، این ربات‌ها محدود به وظایف تکراری و ساده بودند، اما با پیشرفت‌های انجام‌شده در علم داده، یادگیری ماشین و الگوریتم‌های هوش مصنوعی، ربات‌ها به توانایی‌های گسترده‌تری دست پیدا کرده‌اند. امروزه، ربات‌های صنعتی قادر به انجام وظایف پیچیده‌تری از جمله تشخیص عیوب، پیش‌بینی خرابی‌ها و ارتباطات انسانی هستند.

کاربردهای هوش مصنوعی در ربات‌های صنعتی

۱. بهینه‌سازی فرآیندهای تولید
استفاده از هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی فرآیندهای تولید در صنایع مختلف نقش اساسی دارد. با بهره‌گیری از الگوریتم‌های یادگیری ماشین، ربات‌ها قادر به تحلیل داده‌های تولید و شناسایی الگوهای بهینه‌سازی هستند. به عنوان مثال، در یک خط تولید خودروسازی، ربات‌های مجهز به هوش مصنوعی می‌توانند زمان‌های تولید را کاهش دهند و کیفیت محصولات را افزایش دهند.

۲. پیش‌بینی و نگهداری پیشگیرانه
ایمنی و قابلیت اطمینان تجهیزات صنعتی یک عامل کلیدی در موفقیت عملیات تولید است. یکی از کاربردهای حیاتی هوش مصنوعی در ربات‌های صنعتی، پیش‌بینی و مدیریت نگهداری پیشگیرانه است. با تجزیه و تحلیل داده‌ها و شناسایی الگوهای غیرعادی، ربات‌ها می‌توانند پیش از وقوع مشکلات جدی، اقدامات لازم را انجام دهند. به عنوان مثال، در یک کارخانه تولیدی، ربات‌ها می‌توانند قبل از خرابی تجهیزات، به تیم فنی هشدار داده و تعمیرات لازم را برنامه‌ریزی کنند.

۳. افزایش دقت و سرعت
هوش مصنوعی دست‌های از توانایی‌ها را فراهم می‌آورد که به ربات‌ها امکان می‌دهد با دقت و سرعت بالا اقدام کنند. این قابلیت به ویژه در صنایع حساس مانند تولید صفحات مدار چاپی یا مونتاژ خودرو اهمیت دارد. ربات‌های صنعتی با استفاده از فناوری‌های بینایی ماشین و پردازش تصویر، می‌توانند اجزای مختلف را با دقت بالا شناسایی کرده و اقدام به نصب کنند.

۴. تعامل و همکاری با نیروی انسانی

گیری دارد. برنامه‌های دولتی و خصوصی در این کشور مخصوصاً در زمینه‌های علوم زندگی، فناوری اطلاعات و نانوفناوری به‌طور قابل توجهی پیشرفت کرده‌اند (UK Research and Innovation, ۲۰۲۴).

سوئیس
سوئیس به دلیل زیرساخت‌های علمی قدرتمند و همکاری نزدیک بین دانشگاه‌ها و صنایع، به یکی از کشورهای پیشرفته در علم و فناوری تبدیل شده است. این کشور به‌خصوص در زمینه‌های داروسازی و بیوتکنولوژی پیشرفت‌های چشم‌گیری داشته است (Swiss Federal Statistical Office, ۲۰۲۴).

هلند
هلند به دلیل نوآوری‌های کشاورزی و فناوری‌های پایدار شناخته می‌شود. این کشور در سال ۲۰۲۴ با تمرکز بر توسعه زیرساخت‌های دیجیتال و سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پایدار، به پیشرفت‌های خوبی دست یافته است (Netherlands Ministry of Economic Affairs and Climate Policy, ۲۰۲۴).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
این هشت کشور با سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، ارتقاء زیرساخت‌های علمی و فناوری و حمایت از نوآوری‌های فناورانه، به سرعت در حال پیشرفت در علم و فناوری هستند. بررسی سیاست‌ها و عملکردهای این کشورها می‌تواند الگوهای مثالی برای دیگر کشورها به‌منظور بهبود جایگاه خود در عرصه علمی و فناوری فراهم کند.

تنظیم‌گر: علیرضا محمودی فرد - ویراستار ارشد پایگاه خبری کلام ماندگار



یکی از پیشرفت‌های عمده در حوزه رباتیک، توانایی ربات‌ها برای تعامل و همکاری با انسان‌ها است. ربات‌های صنعتی هوشمند با قابلیت‌های ارتباطی پیشرفته می‌توانند در محیط‌های کاری مشترک به خوبی عمل کنند. آن‌ها می‌توانند در کنار کارکنان انسانی کار کنند و بسته به نیازها و وضعیت موجود، وظایف خود را تنظیم کنند. این همکاری می‌تواند منجر به بهبود تولید و افزایش ایمنی محیط کار شود.

۵. اتوماسیون و مدیریت زنجیره تامین

هوش مصنوعی توانسته است اتوماسیون و مدیریت زنجیره تامین را بهبود بخشد. ربات‌ها با تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به موجودی، تقاضا و پیش‌بینی‌های بازار می‌توانند به طور خودکار تصمیمات بهینه‌ای در مورد سفارش‌ها، حمل و نقل و موجودی اتخاذ کنند. این امر منجر به کاهش هزینه‌ها و بهبود زمان تحویل مشتریان می‌شود.

چالش‌ها و محدودیت‌ها

۱. مسائل امنیتی

با افزایش استفاده از هوش مصنوعی، مسائل امنیتی نیز به بحث‌های مهمی تبدیل شده است. ربات‌های هوشمند که به شبکه‌های اینترنت متصل هستند، ممکن است در معرض حملات سایبری قرار گیرند. به همین دلیل، توسعه سیستم‌های امنیتی برای حفاظت از این ربات‌ها و داده‌های آن‌ها ضرورت دارد.

۲. هزینه‌های پیاده‌سازی

پیاده‌سازی سیستم‌های هوش مصنوعی در ربات‌های صنعتی می‌تواند مستلزم هزینه‌های قابل توجهی باشد. این هزینه‌ها شامل خرید تجهیزات، نرم‌افزار و همچنین آموزش نیروی کار برای استفاده از این تکنولوژی‌ها می‌شود. به همین دلیل، شرکت‌ها باید به دقت سود و زیان‌های مرتبط با سرمایه‌گذاری در این زمینه را ارزیابی کنند.

۳. نیاز به زیرساخت‌های مناسب

برای بهره‌برداری مؤثر از هوش مصنوعی در ربات‌های صنعتی، نیاز به زیرساخت‌های فنی مناسب نیز وجود دارد. این زیرساخت‌ها شامل سیستم‌های ارتباطی پرسرعت، ذخیره‌سازی داده‌های کلان و پردازش داده‌ها در زمان واقعی هستند. بدون این زیرساخت‌ها، نمی‌توان از پتانسیل کامل هوش مصنوعی بهره‌برداری کرد.

۴. نیاز به نیروی کار ماهر

پیاده‌سازی و مدیریت سیستم‌های هوش مصنوعی نیازمند نیروی کار ماهر است. لذا، آموزش کارکنان و جلب مشارکت آن‌ها در فرآیند جدید یک چالش مهم است. شرکت‌ها باید بر آموزش و توسعه مهارت‌های لازم تأکید کنند تا بتوانند از تمامی امکانات و قابلیت‌های هوش مصنوعی بهره‌برداری کنند.

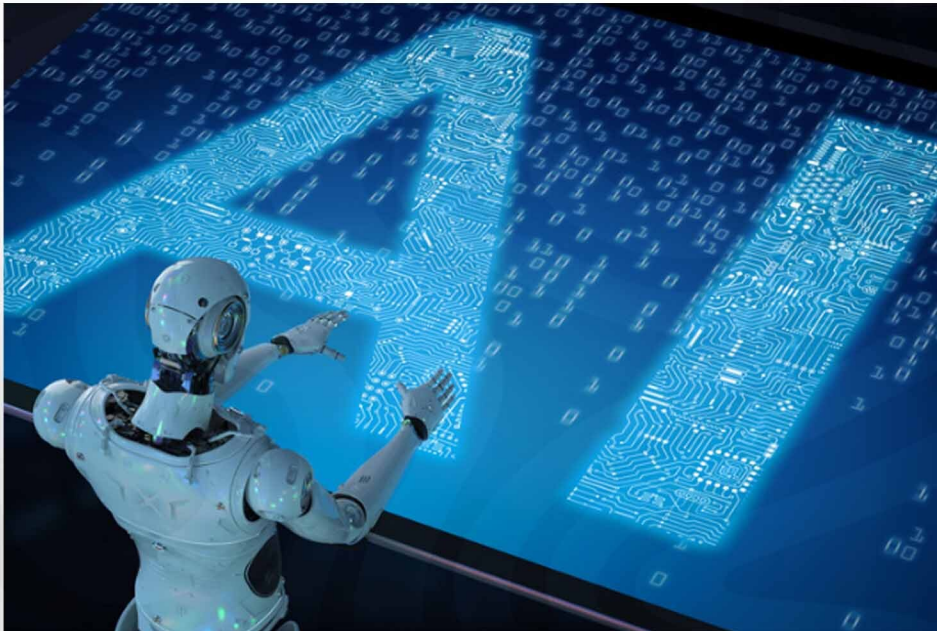
در پایان:

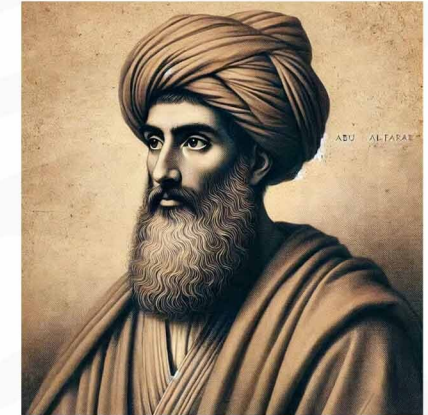
هوش مصنوعی با ارائه راهکارهای نوین، قابلیت‌های ربات‌های صنعتی را به طرز چشمگیری افزایش داده است. با بهینه‌سازی فرآیندها، پیش‌بینی مشکلات، ارتقاء دقت و تعامل با نیروی انسانی، ربات‌ها قادر به پاسخگویی به نیازهای پیچیده و متغیر صنعتی هستند. اما برای بهره‌برداری کامل از این فناوری، توجه به چالش‌ها و محدودیت‌های موجود بسیار ضروری است. با ادامه پیشرفت‌های فناوری و پژوهش‌های بیشتر در این حوزه، می‌توان انتظار داشت که نقش



هوش مصنوعی در رباتیک صنعتی به طور فزاینده‌ای گسترش یابد و به عنوان یکی از عوامل کلیدی در موفقیت صنایع مدرن به شمار آید.

نوشته شده توسط: دکتر سید محمدرضا حسینی علی آباد - متخصص و مدرس رباتیک در بنیاد علمی رباتیک ایران

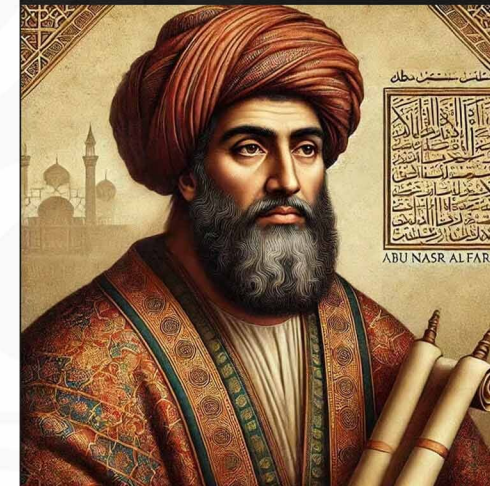




که بعدها به عنوان معیاری برای مطالعه منطق در دنیای اسلام و حتی اروپا قرار گرفت؛ او همچنین به تحصیل در علوم طبیعی و ریاضیات پرداخته و تلاش کرد تا ارتباط میان فلسفه و علم را برقرار کند.

فلسفه و دستاوردها
یکی از مهم ترین آثار فارابی، کتاب "آراء اهل مدینه فاضله" (The Opinions of the Inhabitants of the Virtuous City) است. در این کتاب، او به بررسی مسائل سیاسی، اجتماعی و اخلاقی پرداخته و نمایی ایده آل از یک جامعه فاضل را ترسیم می کند. او نظام حکومتی خود را بر اساس اصول عقلانی و اخلاقی بنا می نهد و به اهمیت فضائل انسانی در شکل دهی به جامعه تأکید می کند (Fakhry, ۲۰۰۴).

فارابی همچنین در زمینه فلسفه شناخت، نظریات عمیقی داشته و به بررسی مفاهیم وجود و حضور پرداخته است. او مفهوم "عقل فعال" را به عنوان نیرویی که انسان را در مسیر فهم و شناخت یاری می کند، معرفی کرده است. در آثارش،



زندگی و تحصیلات
فارابی در دوران جوانی به تحصیل علم پرداخت و در شهرهای مختلفی از جمله بغداد و دمشق، به تعلیم و تربیت مشغول شد. او به زبان های عربی و یونانی تسلط داشت و بسیاری از آثار یونانی را به عربی ترجمه کرد. یادگیری آثار ارسطو و افلاطون بر تفکر او تأثیر بسزایی داشت و او به تفسیر، نقد و گسترش فلسفه یونانی پرداخت.

فارابی به ویژه در زمینه منطق درخشید و نظریه های او در این حوزه به اندازه ای تأثیرگذار بود

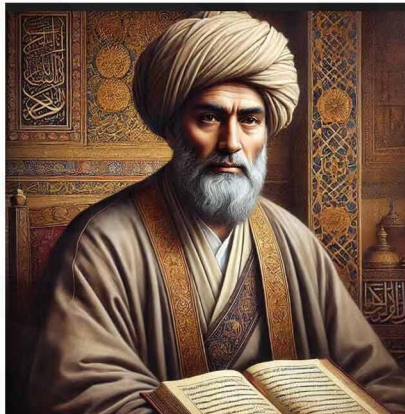


او تمایز میان "عقل نظری" و "عقل عملی" را مورد بحث قرار داده و بر اهمیت هر یک در درک حقیقت و عمل در زندگی تأکید می کند (Gutas, ۲۰۰۱).

تأثیر بر فلسفه اسلامی و غربی
فارابی نه تنها در فلسفه اسلامی، بلکه در فلسفه غرب نیز تأثیرات قابل توجهی داشته است. او در نظریات خود موفق به ایجاد پل ارتباطی میان فلسفه یونانی و اسلامی شد و بسیاری از اندیشمندان مسلمان و غیرمسلمان از آموزه های او بهره برداری کردند. آثار او استان های فرانسه و ایتالیا، به ویژه آثار پاتریسیو و فلسفه قرون وسطی را تحت تأثیر قرار داد (Nasr, ۲۰۰۶).

او برای اولین بار اصول تفکر عقلانی را در فلسفه اسلامی مطرح کرد و به توضیح رابطه بین عقل و ایمان پرداخته، هدف نهایی انسان را در دست یابی به حقیقت و رستگاری قرار داد. این اندیشه ها او را به عنوان یکی از بنیان گذاران فلسفه اسلامی و نقش آفرین در تاریخ تفکر بشری تثبیت کرد.

دستاوردهای علمی دیگر
علاوه بر فلسفه، فارابی به علوم دیگری نیز مانند موسیقی و ریاضیات پرداخته و کتاب "interpretations remarkable of the principles of harmony and musical structure" را ارائه داده است. کتاب "موسیقی کبیر" (Great Book of Music) او شامل تحلیل های دقیقی در مورد فیزیک صدا و اصول موسیقی بود و تا مدت ها مرجع اصلی در این حوزه به شمار می رفت (Rudolph, ۱۹۹۰).



زکریای رازی (زکریا بن محمد رازی، ۸۶۵-۹۲۵ میلادی) یکی از برجسته‌ترین دانشمندان و پزشکان تاریخ اسلام است. او به‌عنوان یکی از بنیان‌گذاران علم شیمی و یکی از پیشگامان پزشکی قرون وسطی در جهان شناخته می‌شود. رازی با آثار متعدد خود در زمینه پزشکی، داروشناسی و شیمی، نه تنها تأثیر عظیمی بر فرهنگ اسلامی گذاشت، بلکه نقش مهمی در پیشرفت علم در اروپا و دیگر نقاط جهان ایفا کرد.

زندگی و تحصیلات

رازی در شهر ری (از توابع تهران کنونی) به دنیا آمد و در جوانی به تحصیل در علوم مختلف پرداخت. او به‌ویژه تحت تأثیر علوم طبیعی و پزشکی قرار گرفت و پس از اتمام تحصیلات، به کار پزشکی اشتغال ورزید. رازی به‌دلیل هوش و ذکاوت خود به‌سرعت در میان همکاران و بیماران خود به شهرت رسید و به‌عنوان یک پزشک معتبر شناخته شد (Nasr, ۱۹۹۲).

دستاوردهای پزشکی

یکی از مهم‌ترین دستاوردهای زکریای رازی در پزشکی، نوشتن کتاب "المصوری" (Al-Mansuri یا Kitāb al-Mansuri) است که به تشریح بیماری‌ها، تشخیص و درمان آن‌ها می‌پردازد. این کتاب به‌عنوان یکی از مراجع معتبر پزشکی در قرون بعدی شناخته می‌شد و تأثیر آن بر پزشکان و نویسندگان بعدی قابل توجه است (Hosseini, ۱۹۹۰).

رازی همچنین کتابی با عنوان "کتاب الحاوی" (Kitāb al-Hāwī) را تألیف کرد که یک دایره‌المعارف پزشکی به شمار می‌آید؛ در این اثر، او به طبقه‌بندی بیماری‌ها و درمان‌های مختلف پرداخته و به تأثیرات داروهای گیاهی و مواد شیمیایی بر درمان بیماری‌ها به‌طور شفاف اشاره کرده است؛ این کتاب برای مدت‌های طولانی به‌عنوان مرجع اصلی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی مورد استفاده قرار گرفت (Al-Razi, ۲۰۰۰).

نوآوری در شیمی

رازی به‌عنوان یکی از اولین شیمی‌دان‌ها در تاریخ علم، تحقیقات خود را در زمینه شیمی و کیمیاگری انجام داده و در این زمینه، آثار متعددی ارائه کرده است. او مفهوم "تجزیه مواد" را معرفی کرد و بر مبنای تجربیات خود در آزمایشگاه، به‌دنبال طبقه‌بندی و شناخت خواص شیمیایی مواد مختلف بود. این کارها او را به‌عنوان یکی از بنیان‌گذاران علم شیمی در اروپا و جهان شناخته کرد (Omidian, ۲۰۱۸).

تأثیر بر فلسفه و علم

زکریای رازی همچنین نظریات قابل توجهی در فلسفه علم و روش تحقیق مطرح کرده است. او با تأکید بر اهمیت تجربه و مشاهده، بر این عقیده بود که علم باید بر پایه شواهد و تجربیات عملی بنا شود و به‌دنبال روشی علمی و منطقی برای اثبات نظریات باشد (Nasr, ۱۹۹۲).

رازی با انتقاد از نظریات پزشکی متداول زمان خود، به‌ویژه عملکرد نظریه چهار خلط (خون، بلغم، صفراء و سودا)، به جرح و تعدیل شیوه‌های درمانی پرداخت و بر تأثیر دانش تجربی تأکید ورزید. این رویکرد علمی او تأثیر زیادی بر شکل‌گیری فلسفه علم در دنیای اسلام و در قرون بعد در غرب داشت (Seyyed Hossein Nasr, ۲۰۰۶).

همزمان با روز پدر و با حضور فرهیختگان هنر و ادب شهر فریمان، مراسم رونمایی از کتاب «دل‌نوشته‌ها و جغرافیا»، اثر نویسنده گرانقدر حسن صادقی یونسی، روز پنجشنبه ۲۷ دی‌ماه ۱۴۰۳ در اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان فریمان برگزار شد.

هادی دادخواه، رئیس اداره ارشاد شهرستان، در این رویداد فرهنگی ضمن اشاره به آثار دیگر نویسنده که در دست چاپ هستند، از جمله «سالاد جغرافیا» (با ویرایش علیرضا دلشاد خیرآبادی) و «نگارستان جغرافیا و هنر» (با ویرایش هادی گل‌ددار)، از همکاری‌های ارزشمند افراد زیر تقدیر کرد:

ویراستار کتاب، وحید کاظمی ثانی (پژوهشگر دوره دکتری مدیریت آموزشی از دانشگاه آزاد اسلامی مرکز فریمان)

طراح جلد کتاب، سمیه خوش‌هوا نویسنده پیشگفتار، حمید علامه (مدرس دانشگاه آزاد اسلامی مرکز فریمان).

در ادامه، خانم اکرم قلی‌زاده، نویسنده ادبیات داستانی کودک، سخنانی پیرامون اهمیت توجه به جغرافیای روستایی و نقش نمایش‌نامه‌های جغرافیایی در ارتقای آگاهی عمومی ایراد کردند.

این کتاب به سرکار خانم استاد اکرم سلاطینی اسلامیه، مدرس ارجمند دانشگاه آزاد اسلامی، تقدیم شده است.





تأثیرات جهانی
آثار زکریای رازی نه تنها بر دنیای اسلام، بلکه به طور کلی بر تاریخ علم تأثیرگذار بودند. بسیاری از پزشکان و شیمی دانان عصر رنسانس، از جمله پاراسلوس و بوعلی سینا، از آثار او بهره‌برداری کردند و به معرفی و گسترش علم پزشکی و شیمی در غرب کمک کردند (Gutas, ۲۰۰۱). روش های تحقیقی و تجربی رازی به عنوان الگویی برای پژوهشگران آینده در تمام دنیا مورد استفاده قرار گرفت.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
داستان موفقیت زکریای رازی نه تنها به نمایانگر نبوغ شخصی او مربوط می‌شود، بلکه نشان‌دهنده تأثیر عمیق و پایدار او بر علم و فرهنگ بشری است. او با تلاشی بی‌وقفه و کاوش‌های علمی خود، به پیشرفت های چشمگیری در پزشکی و شیمی انجامید و به عنوان یک الگو در تاریخ علم به شمار می‌رود. آثار و نظریات او همچنان در فلسفه علم و تحقیقات علمی مورد ارزیابی و استفاده قرار می‌گیرند و یاد و نام او به عنوان یکی از بزرگ‌ترین دانشمندان تاریخ جاودانه مانده است.

گردآوری: علیرضا محمودی
فرد - سردبیر پایگاه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی

طراحی‌فنر

انجام کلیه خدمات گرافیکی:
پست و استوری، موشن گرافیک، لوگو، پوستر، جلد کتاب، کارت ویزیت، تراکت، سربرگ، کارت پستال و...

@tarahifar
۰۹۲۵۶۳۶۷۰۲۰



گروه طراحی سایت آسان وب

با مدیریت سیدحسین طاهرزاده

09198695596-09396606599

asanweb.net



www.digieco-ai.ir

مؤسسه فرهنگی هنری پسته نگار سپاهان
و شرکت فناوری و مهندسی پروتو صنعت طلایی
برگزار می‌نمایند:

چهارمین همایش علمی و پژوهشی توسعه و ترویج فرهنگ نثر ایران

برگزاری همایش ۲۲ تیرماه ۱۴۰۴
آخرین مهلت ثبت نام ۱۶ تیرماه ۱۴۰۴
آخرین مهلت ارسال اصل مقاله ۱۲ تیرماه ۱۴۰۴

ادبیات نمایشی	هنرهای تجسمی
آموزش ارتباط تصویری	آموزش ارتباط تصویری
اسناد تصویری	اسناد تصویری
نقاشی	نقاشی
چاپ	چاپ
سایه دستی	سایه دستی
طراحی بارجه	طراحی بارجه
طراحی صحنه	طراحی صحنه
هنرهای صناعی	هنرهای صناعی
عکاسی خبری	عکاسی خبری
فرش دستیافت	فرش دستیافت
گرافیک	گرافیک
گرافیک رایانه	گرافیک رایانه
هنرهای تجسمی	هنرهای تجسمی
هنر سنگبری	هنر سنگبری
تولیدی و هنرهای دیجیتال	تولیدی و هنرهای دیجیتال
عکاسی	عکاسی
فرش	فرش
معماری سازی	معماری سازی
کتابت نگارگری	کتابت نگارگری
مرمت بناهای تاریخی	مرمت بناهای تاریخی
مرمت و احیای بناهای تاریخی	مرمت و احیای بناهای تاریخی
هنر اسلیمی	هنر اسلیمی
مرمت آثار تاریخی	مرمت آثار تاریخی
موزه	موزه
حفاظت و مرمت آثار تاریخی	حفاظت و مرمت آثار تاریخی

چاپ و نشر
طراحی چاپ-چاپ
مدیریت و مرمت سوابق
طراحی صحنه هنرهای نمایشی - طراحی صحنه
طراحی نمایش
نمایش عروسکی
نمایش عروسکی
گرافیک هنرهای تجسمی - گرافیک
بدلکاری
نمایش فیلم سینما - تدوین فیلم
تولیدی و هنرهای دیجیتال
اسمیت
آموز موزه / امور فرهنگی - امور موزه
بازگویی
آموز کتابخانه و اطلاع رسانی
تعمیر و مرمت اسلیمی - تصویر برداری
سفال و کاشی سنتی اسلیمی - سفال و کاشی سنتی
نقاشی دیواری هنرهای تجسمی - نقاشی دیواری
نقاشی هنرهای تجسمی - نقاشی
کریم
فیلم سازی اسلیمی - فیلم سازی
کتابت نگارگری
آواز ایرانی موسیقی - آواز ایرانی
فیلمنامه نویسی اسلیمی - فیلم نامه نویسی
کارگردانی هنرهای نمایشی - کارگردانی
نقاشی ایرانی هنرهای تجسمی - نقاشی ایرانی
تزیینت مرمری قرآن کریم
خوشنویسی هنرهای تجسمی - خوشنویسی

ادبیات نمایشی
کارگردانی تلویزیون
نمایش عروسکی
نمایش عروسکی
هنرهای نمایشی
آهنگ سازی
موسیقی تلفیقی
تولیدی و هنرهای دیجیتال
موسیقی ایرانی
تولیدی و هنرهای دیجیتال
سایه دستی
مردم شناسی
آرشیو تصویری
طراحی پوستر
هنرهای تجسمی - نقاشی
آموزش هنرهای تجسمی
طراحی و تکنولوژی دوست
فرش دستیافت
صافچاپ - صافچاپ
تولیدی و هنرهای دیجیتال
معماری داخلی معماری - معماری داخلی
تولیدی و هنرهای دیجیتال
تولیدی و هنرهای دیجیتال
موزه
حفاظت و مرمت آثار تاریخی

دبیر کمیته علمی و داوری
دکتر مجید رفیعان اصفهانی

ریاست شورای سیاستگذاری
علیرضا محمودی فرد

ریاست همایش
دکتر سید محمدرضا حسینی علی آباد

دبیر کمیته اجرایی
دکتر شهرزاد احمدپور سامانی

جهت کسب اطلاعات بیشتر به
سایت کنفرانس مراجعه نمایند:
www.art.confnasr.ir

bastehnegar.lns@gmail.com www.confnasr.ir www.bastehnegar.com

دیرخانه همایش: اصفهان، خانه گلخانه سه راه ماه فرخی، پلاک ۶۶
تلفن: ۰۳۱-۳۴۲۰۳۰۰۴-۵ همراه: ۰۹۹۰۳۳۳۷۳۴۸

www.digieco-ai.ir



صنعت گردشگری، یکی از مهم‌ترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در دنیا به شمار می‌رود. با توجه به آمارها و پیش‌بینی‌های مربوط به سال ۲۰۲۴، در این متن به بررسی ۱۰ کشور برتر از نظر جذب گردشگر پرداخته خواهد شد؛ این کشورها به دلیل جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی و امکانات پیشرفته خود، در صدر لیست کشورهای پرتعداد برای گردشگران قرار دارند.

فرانسه
فرانسه با جذب حدود ۸۹ میلیون گردشگر بین‌المللی، همچنان به عنوان برترین مقصد گردشگری جهان در سال ۲۰۲۴ شناخته می‌شود. جاذبه‌هایی همچون برج ایفل، موزه لوور و سواحل کوت دازور، این کشور را به مقصدی محبوب تبدیل کرده است (UNWTO, ۲۰۲۳).

اسپانیا
اسپانیا با جذب حدود ۸۳ میلیون گردشگر در سال ۲۰۲۴، در مکان دوم قرار دارد. شهرهای بارسلونا و مادرید، سواحل زیبای کاستا دل سول و جشن‌های محلی، از جذابیت‌های این کشور به شمار می‌آید (Statista, ۲۰۲۳).

ایالات متحده آمریکا
ایالات متحده با حدود ۷۹ میلیون بازدیدکننده بین‌المللی در سال ۲۰۲۴، به‌خاطر تنوع فرهنگی، پارک‌های ملی، و مقاصد معروفی چون نیویورک، لاس وگاس و کالیفرنیا، گردشگران زیادی را جذب می‌کند (National Travel and Tourism Office, ۲۰۲۳).

چین
چین با جذب ۶۶ میلیون گردشگر بین‌المللی در سال ۲۰۲۴، به دلیل جاذبه‌هایی همچون دیوار بزرگ چین، شهر ممنوعه و طبیعت بکر آن در نقاط مختلف، به‌عنوان مقصدی جالب توجه شناخته می‌شود (China National Tourism Administration, ۲۰۲۳).

ایتالیا
ایتالیا با جذب ۶۵ میلیون گردشگر در سال ۲۰۲۴، به‌خاطر تاریخ غنی، هنرمندان مشهور و غذاهای لذیذ خود، به‌ویژه در شهرهای رم، ونیز و فلورانس، مورد توجه گردشگران قرار دارد (European Travel Commission, ۲۰۲۳).



تایلند
تایلند با جذب ۴۲ میلیون گردشگر در سال ۲۰۲۴، به‌سبب سواحل زیبا، فرهنگ غنی و مهمان‌نوازی معروف است. بانکوک و پوکت به‌عنوان مقاصد محبوب توریستی شناخته می‌شوند (Tourism Authority of Thailand, ۲۰۲۳).

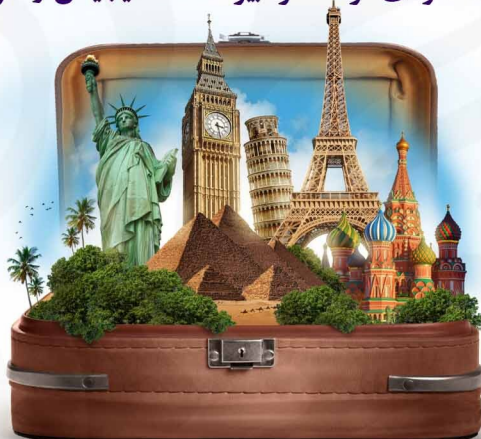
آلمان
آلمان با حدود ۴۰ میلیون گردشگر، به‌دلیل جاذبه‌هایی چون تاریخ صد و پنجاه ساله، فرهنگی غنی و جشنواره‌های محلی، در سال ۲۰۲۴ نیز محبوب باقی مانده است (German National Tourist Board, ۲۰۲۳).

یونان
یونان با جذب ۳۵ میلیون گردشگر در سال ۲۰۲۴، به‌خاطر تاریخ باستانی، جزایر زیبا و خوراکی‌های خوشمزه، از جمله مقاصد پرتعداد برای مسافران به شمار می‌آید. آتن و جزایر کریک، از نقاط قوت جذب گردشگران در این کشور هستند (Greek National Tourism Organization, ۲۰۲۳).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

این ۱۰ کشور به‌عنوان برترین مقاصد گردشگری در سال ۲۰۲۴، نشان‌دهنده تنوع فرهنگی، تاریخی و طبیعی در سطح جهانی هستند. با افزایش آگاهی مردم از مقاصد گردشگری و توسعه زیرساخت‌های مرتبط، انتظار می‌رود که صنعت گردشگری در این کشورها همچنان رونق یابد.

گردآوری: علیرضا محمودی فرد - سردبیر اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی



ترکیه
ترکیه با جذب ۵۰ میلیون گردشگر در سال ۲۰۲۴، به‌عنوان مقصدی در تقاطع فرهنگ‌های شرق و غرب، جاذبه‌هایی چون استانبول، کاپادوکیا و سواحل آبی دریا، از ره‌ها به نمایش می‌گذارد (Ministry of Culture and Tourism of Turkey, ۲۰۲۳).

مکزیک
مکزیک با حدود ۴۶ میلیون بازدیدکننده، به‌خاطر سواحل زیبا، فرهنگ غنی و آثاری از تمدن‌های باستانی، نظیر مایاها و آزتک‌ها، در سال ۲۰۲۴ مطرح است (Secretary of Tourism, Mexico, ۲۰۲۳).



لینک کوتاه: <https://digieco-ai.ir/?p=۱۵۱۵>

This presentation examines the utilization of nanofibers to reinforce tires and improve their performance. Focusing on various nanofiber types, their integration methods in tire structures, impacts on mechanical and functional properties, and commercialization challenges, this presentation provides a comprehensive overview of this innovative technology

Introduction

The tire industry constantly strives to enhance tire performance, durability, and safety. Factors such as increased vehicle speeds, demanding road conditions, and environmental regulations (reducing fuel consumption and greenhouse gas emissions) have driven research towards novel materials and advanced technologies. Nanofibers, due to their high surface area-to-volume ratio, high tensile strength, high Young's modulus, and low weight, have emerged as a promising reinforcing agent in this field. Nanofiber incorporation can significantly improve the mechanical and functional properties of tires, ultimately leading to increased tire lifespan, reduced fuel consumption, and enhanced safety. This presentation will comprehensively explore this topic



Types of Nanofibers and Their Applications in Tires

The use of various nanofibers in the tire industry has led to improvements in various properties. The choice of nanofiber depends on the desired properties and the type of rubber used. Here, we examine some of the most common nanofibers and their applications in tires

Carbon Nanofibers (CNFs): CNFs, with their extremely high

Young's modulus (up to several terapascal) and significant tensile strength, are used as primary reinforcing agents in tires. Different types of CNFs, such as single-walled carbon nanotubes (SWCNTs) and multi-walled carbon nanotubes (MWCNTs), each have their own advantages and disadvantages. SWCNTs possess higher strength but are more complex and expensive to produce. MWCNTs, due to their easier production and lower cost, are more widely used on an industrial scale. Using CNFs in tires increases strength, tear resistance, and abrasion resistance, while simultaneously reducing tire weight, which contributes to lower fuel consumption. However, uniform dispersion of CNFs within the rubber matrix remains a significant challenge

Silica Nanofibers (SiO₂): Silica nanofibers are widely used as a reinforcing agent and adhesion promoter in tires. These nanofibers enhance the interaction between filler particles (such as carbon black) and the rubber matrix, improving mechanical properties and thermal stability. Furthermore, silica nanofibers can help reduce tire rolling resistance, leading to lower fuel consumption. Various methods exist for producing silica nanofibers, such as sol-gel and electrospinning, each with its advantages and disadvantages

Polymer Nanofibers: The use of polymer nanofibers such as polyethylene (PE) and polypropylene (PP) nanofibers in tires helps improve various properties, including abrasion resistance, thermal stability, and weight reduction. These nanofibers, due to their greater flexibility compared to carbon nanofibers, exhibit more uniform distribution within the rubber matrix

Impact of Nanofibers on Tire Properties: A Comprehensive Review
:Incorporating nanofibers into tire structures significantly impacts their mechanical and functional properties



Methods for Integrating Nanofibers into Rubber: After nanofiber production, they must be uniformly dispersed within the rubber matrix. This is usually done through mixing and milling processes. Advanced technologies, such as the use of high-speed mixing equipment and dispersing agents, are crucial to ensure uniform nanofiber dispersion in the rubber. Masterbatch methods are also employed

Quality Control: Quality control at every stage of the production process is critical. Electron microscopes (SEM and TEM) are used to examine the morphology and distribution of nanofibers within the rubber matrix

Challenges in Commercialization

Despite significant advantages, commercializing this technology faces challenges:

Production Cost: The industrial-scale production cost of nanofibers, particularly for certain types like SWCNTs, remains very high

Uniform Dispersion: Uniformly dispersing nanofibers within the rubber matrix is a major challenge in tire production. Nanofiber agglomeration can reduce the tire's mechanical properties

Environmental Compatibility: The environmental impact of nanofiber production and recycling must be carefully considered

Long-Term Effects: Further research is needed to investigate the long-term effects of using nanofibers in tires on the environment and human health



www.digieco-ai.ir

Conclusion and Future Outlook

The use of nanofibers in the tire industry presents a promising approach to improving tire performance and durability. With further advancements in production technology, integration methods, and cost reduction, the use of nanofibers in the tire industry is expected to increase significantly. Further research in the areas mentioned in the challenges section, as well as in developing new nanofibers with improved properties, can contribute to further advancements in this field

By Dr. Seyed Mohammadreza Hosseini AliAbad, Mechanical Engineering Specialist



www.digieco-ai.ir



با پیشرفت فناوری و افزایش آگاهی جهانی نسبت به تغییرات اقلیمی و آلودگی هوا، خودروهای برقی (EVs) به عنوان یکی از گزینه‌های مؤثر و پایدار در حمل و نقل شهری و بین‌شهری شناخته می‌شوند. خودروهای برقی نه تنها به دلیل طراحی‌های نوآورانه‌شان، بلکه به علت تأثیر مثبت آن‌ها بر محیط زیست و اقتصاد در حال رشد هستند. در این یادداشت علمی، به طور جامع به تأثیرات زیست محیطی و اقتصادی خودروهای برقی، چالش‌های موجود و چشم‌انداز آینده این نوع وسایل نقلیه پرداخته خواهد شد.

بخش اول: تأثیرات زیست محیطی خودروهای برقی

۱. کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای
۱.۱. مقایسه با خودروهای سوخت فسیلی

خودروهای برقی به خاطر طراحی موتور الکتریکی خود، هیچگونه گازهای گلخانه‌ای در حین کارکرد تولید نمی‌کنند. بر اساس مطالعات انجام‌شده، به طور متوسط هر خودرو برقی می‌تواند در طول یک سال حدود ۳ تا ۴ تن دی‌اکسید کربن (CO₂) کمتر نسبت به خودروهای بنزینی یا دیزلی تولید کند. این کاهش قابل توجه در انتشار گازهای

گلخانه‌ای در راستای مبارزه با تغییرات اقلیمی و گرمایش جهانی تأثیرگذار است. با توجه به اینکه خودروها یکی از منابع بالای انتشار CO₂ در بسیاری از کشورها به شمار می‌آیند، جایگزینی آن‌ها با خودروهای برقی می‌تواند به کاهش تنش‌های اقلیمی کمک شایانی کند.

۱.۲. تأثیر منبع انرژی

کیفیت و نوع منابع انرژی که برای شارژ خودروهای برقی استفاده می‌شود، نقش بسزایی در تحلیل اثرات زیست محیطی آن‌ها ایفا می‌کند. در مناطقی که برق تولیدی عمدتاً از انرژی‌های تجدیدپذیر، مانند خورشیدی و بادی، تأمین می‌شود، اثرات منفی ناشی از تولید و شارژ خودروهای برقی به شدت کاهش می‌یابد. در کشورهای نوردیک که بیشتر از منابع تجدیدپذیر استفاده می‌کنند، تأثیر منفی خودروهای برقی تقریباً نزدیک به صفر می‌باشد. در حال حاضر، کشورهایمانند آلمان و چین تلاش می‌کنند تا با سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پاک، تأثیرات منفی را به حداقل برسانند و مسیر توسعه پایدار را هموار کنند.

۲. کیفیت هوا

۲.۱. کاهش آلودگی هوا در مناطق شهری

آلودگی هوا به ویژه در مناطق شهری یک مشکل جدی است که می‌تواند عواقب وخیم بر سلامت عمومی داشته باشد. خودروهای برقی هیچ‌گونه ذرات معلق، از جمله PM_{2.5} و PM₁₀ که عامل اصلی بیماری‌های تنفسی و قلبی

هستند، تولید نمی‌کنند. به عنوان مثال، بر اساس تحقیقی در سال ۲۰۲۰ در انگلیس، تأسیس ایستگاه‌های شارژ برای خودروهای برقی در ناحیه مرکزی لندن توانسته است به کاهش ۴۰ درصدی آلاینده‌های مضر منجر شود. این بهبود چشمگیر نه تنها به بهبود کیفیت زندگی ساکنان کمک می‌کند بلکه بر نرخ بیماری‌ها و هزینه‌های درمانی در این نواحی نیز تأثیر مثبت دارد.

۲.۲. پیشگیری از بیماری‌های تنفسی

از آنجا که آلودگی هوا یکی از عوامل اصلی باعث افزایش بیماری‌های تنفسی مانند آسم، برونشیت و سرطان ریه محسوب می‌شود، کاهش آلاینده‌ها می‌تواند به طور مستقیم به کاهش بروز این بیماری‌ها منجر شود. مطالعه‌ای که در دانشگاه هاروارد انجام شده، نشان می‌دهد که با افزایش تعداد خودروهای برقی در شهرهای بزرگ، نرخ ابتلا به آسم در کودکان به طور میانگین ۳۰ درصد کاهش یافته است. این نتایج نشان‌دهنده ضرورت و اهمیت تغییر به سمت خودروهای برقی به ویژه در نواحی پرترافیک و آلودگی‌زاست.

۳. سر و صدا

۳.۱. کاهش آلودگی صوتی

علاوه بر تأثیرات زیست محیطی، خودروهای برقی از نظر آلودگی صوتی نیز شرایط بهتری را فراهم می‌کنند. تولید صدای کمتری به دلیل طراحی موتورهای الکتریکی، منجر به کاهش آلودگی صوتی در شهرها می‌شود. تحقیقات نشان می‌دهند که کاهش سر و صدا می‌تواند کیفیت زندگی را بهبود بخشد و به احساس آرامش بیشتر ساکنان شهرها کمک کند. به عنوان مثال، شهری مانند کپنهاگ، با افزایش خودروهای برقی و طراحی شهر به گونه‌ای که ترافیک کاهش یابد، توانسته است سطح آلودگی صوتی را تا ۲۵ درصد کاهش دهد.

۳.۲. اثرات بر سلامتی

کاهش آلودگی صوتی به طور مستقیم با بهبود کیفیت خواب و کاهش استرس مرتبط است. بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند که خواب بهتر و کاهش سطوح استرس می‌تواند به بهبود پروژه‌های عمومی و اجتماعی منجر شود. در واقع، ساکنان مناطقی با ترافیک کم صدای خودروهای برقی معمولاً سطح بالاتری از رضایت عمومی و اجتماعی دارند. در تحقیقی در نیویورک، نشان داده شده است که کاهش سر و صدا به حس بهتری از شادی و امنیت در ساکنان این مناطق منجر شده است.

بخش دوم: تأثیرات اقتصادی

۱. تأثیر بر هزینه‌های خانوار

۱.۱. هزینه‌های سوخت

خودروهای برقی به خاطر استفاده از برق به جای سوخت‌های فسیلی، به طور میانگین حدود ۴۰ تا ۶۰ درصد کمتر از خودروهای بنزینی هزینه انرژی دارند. این به معنای صرفه‌جویی قابل توجه در هزینه‌های خانوار است و به ویژه در کشورهایی با قیمت بالای سوخت، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. به عنوان مثال، در ایالات متحده، با توجه به افزایش قیمت سوخت، بسیاری از خانواده‌ها متوجه صرفه‌جویی چشمگیر در هزینه‌های ماهانه خود پس از انتقال به خودروهای برقی شده‌اند. این موضوع به ویژه برای افراد کم‌درآمد و جوانانی که به دنبال گزینه‌های مقرون به صرفه



هستند، جذاب است.

۱.۲. هزینه‌های تعمیر و نگهداری

خودروهای برقی به دلیل طراحی ساده که شامل قطعات متحرک کمتری است، هزینه‌های تعمیر و نگهداری کمتری دارند. به طور کلی، هزینه‌های تعمیراتی آن‌ها حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد کمتر از خودروهای بنزینی یا دیزلی هستند. این نکته علاوه بر صرفه‌جویی در هزینه، سبب افزایش محبوبیت این نوع خودروها می‌شود. به عنوان مثال، در طولانی‌مدت، مالکیت خودروهای برقی می‌تواند منجر به صرفه‌جویی مالی و افزایش توان مادی خانواده‌ها گردد.

۲. اشتغال و صنعت

۲.۱. ایجاد شغل‌های جدید

رشد صنعت خودروهای برقی منجر به ایجاد شغل‌های جدید در زمینه‌های مختلف از جمله تولید و توسعه فناوری‌های جدید، تولید باتری، و زیرساخت‌های شارژ شده است. برآوردها نشان می‌دهند که تا سال ۲۰۲۵، بیش از ۳۰۰,۰۰۰ شغل جدید در ایالات متحده تنها در زمینه خودروهای برقی و زیرساخت‌های مرتبط ایجاد خواهد شد. این تغییر در بازار کار نه تنها مزایای اقتصادی ایجاد می‌کند بلکه موجب نوآوری و افزایش مهارت‌های نیروی کار نیز می‌گردد.

۲.۲. تغییر ساختار بازار کار

افزایش تقاضا برای خودروهای برقی می‌تواند منجر به تغییرات عمده‌ای در ساختار بازار کار شود. این موضوع به افزایش نیاز به مهارت‌های خاص در زمینه فناوری‌های نوین و باتری‌ها منجر می‌شود. همچنین نیاز به آموزش‌های جدید و توسعه مهارت‌های نیروی کار کنونی تبدیل به یک ضرورت می‌گردد. از سوی دیگر، ایجاد مراکز آموزشی و دوره‌های تخصصی می‌تواند به اشتغال‌زایی و بالا بردن سطح مهارت‌ها در جامعه کمک کند.

۳. نوآوری و سرمایه‌گذاری

۳.۱. تحریک تحقیق و توسعه

توسعه بازار خودروهای برقی نیازمند سرمایه‌گذاری‌های بالایی در تحقیق و توسعه فناوری‌های جدید است. این نیاز به تولید خودروهایی با کارایی بهتر، عمر باتری بیشتر و هزینه‌های کمتر منجر به افزایش تحقیقات و نوآوری در زمینه مهندسی و فناوری خواهد شد. به عنوان مثال، با معرفی باتری‌های حالت جامد و دیگر فناوری‌های نوین، محققان توانسته‌اند به تولید خودروهایی با عملکرد بالا و به صرفه‌تر دست یابند.

۳.۲. افزایش رقابت

رقابت بین شرکت‌های تولیدکننده خودروهای برقی می‌تواند به تولید خودروهای با کیفیت و قیمت مناسب‌تر منجر شود. بیشتر شرکت‌ها به دنبال جذب مشتریان جدید به سمت خودروهای برقی هستند و این موضوع بازار را تحریک می‌کند. با ایجاد نوآوری‌های مستمر، می‌توان کیفیت و کارایی خودروهای برقی را بهبود بخشید و در عین حال هزینه‌های تولید را کاهش داد.

بخش سوم: چالش‌ها و موانع

۱. زیرساخت‌های ناکافی

۱.۱. ایستگاه‌های شارژ

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها در پذیرش خودروهای برقی، کمبود ایستگاه‌های شارژ در بسیاری از مناطق است. کاربران در صورتی که با ترس از تمام شدن باتری مواجه شوند، تمایلی به خرید خودروهای برقی نخواهند داشت. این نیاز به سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه برای توسعه زیرساخت‌ها دارد. کشورهایی که به طور خاص برای ایجاد شبکه‌های مؤثر ایستگاه‌های شارژ سرمایه‌گذاری کرده‌اند، نه تنها در پذیرش خودروهای برقی موفق‌تر بوده‌اند بلکه نیز بر آلودگی محیطی تأثیر مثبت گذاشته‌اند.

۱.۲. توسعه شبکه برق

افزایش تعداد خودروهای برقی همچنین موجب ایجاد فشار بر روی شبکه‌های برق می‌شود، به‌ویژه در ساعات اوج consumo. برای مدیریت بار در آینده، نیاز به برنامه‌ریزی‌های دقیق و پیش‌بینی‌های بهینه‌سازی خواهد بود. به عنوان مثال، اجرای فناوری‌های هوشمند می‌تواند به تنظیم بار و بهینه‌سازی مصرف انرژی کمک کند.

۲. نگرانی‌های قیمت‌گذاری

۲.۱. قیمت بالای خرید

قیمت اولیه خودروهای برقی معمولاً بالاتر از خودروهای سنتی است و این امر می‌تواند خواهانان را محدود کند. با وجود هزینه‌های عملیاتی کمتر، هزینه اولیه خرید هنوز می‌تواند یک مانع جدی باشد. بی‌تردید، دولت‌ها باید با ارائه مشوق‌ها و سوبسیدها، شامل تخفیف‌های مالیاتی برای خریداران، به کاهش این مانع کمک کنند.

۲.۲. ایجاد مشوق‌های مالی

دولت‌ها می‌توانند با ارائه سوبسیدها و مشوق‌های مالی، مصرف‌کنندگان را به خرید خودروهای برقی ترغیب کنند. این مشوق‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که به‌خوبی به خانواده‌های کم‌درآمد و مشتریان جدید کمک کنند. همچنین، برنامه‌هایی که شامل تسهیلات مالی برای تأمین هزینه‌های اولیه خرید هستند، می‌توانند به افزایش تقاضا برای خودروهای برقی کمک کنند.

۳. مسائل زیست‌محیطی مربوط به باتری

۳.۱. استخراج مواد اولیه

فرآیندهای استخراج مواد اولیه برای تولید باتری‌های خودروهای برقی—مخصوصاً لیتیوم، نیکل و کبالت—می‌تواند تأثیرات منفی بر محیط زیست داشته باشد. به خصوص استخراج لیتیوم که منجر به فرسایش زمین و مصرف وسیع آب می‌شود، نگرانی‌های زیست‌محیطی را به وجود می‌آورد. تأسیسات معدنی باید با رعایت استانداردهای زیست‌محیطی به کار خود ادامه دهند تا از آسیب‌های شدید به اکوسیستم جلوگیری شود.

۳.۲. بازیافت باتری‌ها

بازیافت باتری‌های خودروهای برقی یک چالش دیگر است. اگرچه این باتری‌ها می‌توانند به‌طور مؤثر مورد استفاده مجدد قرار گیرند، اما باید فناوری‌های پیشرفته‌ای برای بازیافت آن‌ها توسعه یابد. در حال حاضر، درک عمیق‌تری



www.digieco-ai.ir



www.digieco-ai.ir

از زنجیره تأمین باتری و چگونگی مدیریت انتهای عمر آن‌ها ضروری است. تحقیقات در این زمینه می‌توانند به کاهش تأثیرات زیست‌محیطی ناشی از تولید و دور انداختن باتری‌ها کمک کنند.

بخش چهارم: چشم‌انداز آینده خودروهای برقی

۱. تحول در قوانین و سیاست‌گذاری

۱.۱. سیاست‌های حمایتی

دولت‌ها نقش کلیدی در توسعه و ترویج خودروهای برقی دارند. سیاست‌های حمایتی که شامل تسهیلات مالی، قانون‌گذاری مناسب و تشویق به تحقیقات هستند، می‌توانند به تسهیل پذیرش گسترده این تکنولوژی در سطح جهانی کمک کنند. همچنین، ایجاد برنامه‌های آموزشی برای آگاهی‌رسانی به عموم در خصوص مزایای خودروهای برقی به عنوان یک بخش اساسی از راهکارهای موجود خواهد بود.

۱.۲. دستورالعمل‌های زیست‌محیطی

توسعه دستورالعمل‌های زیست‌محیطی برای تولید خودروهای برقی می‌تواند تأثیرات مثبت بیشتری بر محیط زیست داشته باشد. این دستورالعمل‌ها باید شامل استانداردهای خاصی برای ترکیب مواد اولیه، مراحل تولید، و نیز چرخه عمر خودروها باشد. عدم توجه به نگرانی‌های زیست‌محیطی در مراحل تولید می‌تواند به نارضایتی اجتماعی منجر شود. بنابراین، ایجاد شفافیت در این فرآیندها الزامی است.

۲. فناوری‌های نوین

۲.۱. پیشرفت باتری‌ها

تحقیق و توسعه در زمینه فناوری باتری‌ها، به ویژه باتری‌های حالت جامد و فناوری‌های جدید دیگر، می‌تواند به بهبود عملکرد و کاهش زمان شارژ خودروهای برقی کمک کند. باتری‌های جدید باید مقرون به صرفه، با کارایی بالا و با عمر طولانی باشند. این پیشرفت‌ها به طور مستقیم بر روی تجربه کاربری و افزایش تقاضا برای خودروهای برقی تأثیر خواهند گذاشت.

۲.۲. اتوماسیون و هوش مصنوعی

استفاده از هوش مصنوعی در خودروهای برقی، به تحلیل داده‌ها برای بهینه‌سازی عملکرد و بهبود مصرف انرژی کمک خواهد کرد. تکنولوژی‌ای که به شناسایی بهترین زمان‌های شارژ و مدیریت بار کمک می‌کند، می‌تواند تجربه کاربری را افزایش دهد و انتشار گازهای گلخانه‌ای را به حداقل برساند. در آینده ممکن است خودروهای برقی نیز مقبولیت خود را پیدا کنند و با اتوماسیون به کاهش تصادفات و بهبود ایمنی کمک کنند.

نتیجه‌گیری

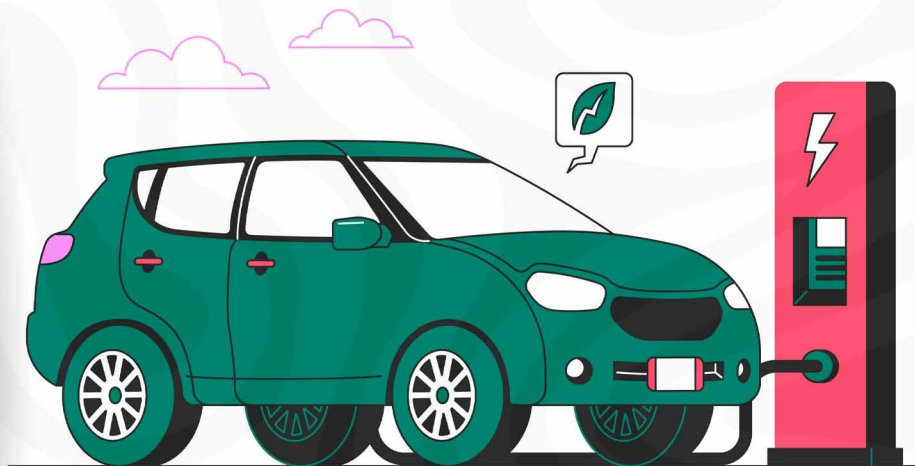
خودروهای برقی به عنوان یکی از کلیدی‌ترین عوامل در راستای حل چالش‌های زیست‌محیطی و اقتصادی جامعه به شمار می‌روند. بررسی‌های دقیق نشان می‌دهند که این نوع وسیله نقلیه می‌تواند بهبود کیفیت هوا، کاهش آلودگی صوتی و کاهش هزینه‌های انرژی و مراقبت‌های بهداشتی را به دنبال داشته باشد. چیزهایی که در این یادداشت علمی مطرح شده‌اند، تنها بخشی از تأثیرات عمیق و مثبت خودروهای برقی بر جامعه و محیط زیست هستند. با وجود چالش‌ها و موانع موجود، پذیرش و گسترش این نوع تکنولوژی نیازمند همت جمعی از طرف دولت‌ها، صنعت، و جامعه است.

www.digieco-ai.ir



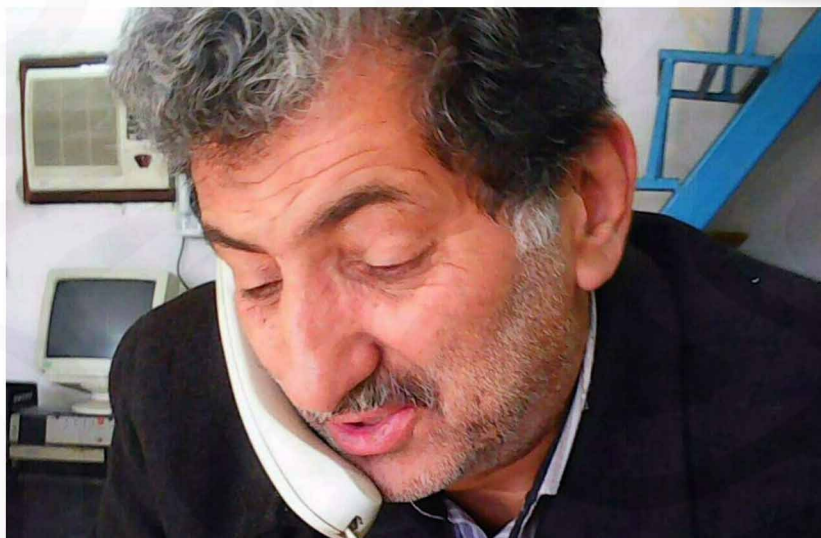
در نهایت، اتخاذ رویکردهای هوشمندانه و پایدار در زمینه زیرساخت‌ها، تحقیق و توسعه، و فرهنگ‌سازی می‌تواند به پایه‌گذاری آینده‌ای سبزتر و پایدارتر کمک کند. با در نظر گرفتن روندهای موجود و تأثیرات مثبت آنها، می‌توان انتظار داشت که خودروهای برقی نه تنها به عنوان راه‌حلی برای مشکل آلودگی هوا، بلکه به عنوان معیاری برای پیشرفت فناوری‌های پایدار در آینده مطرح شوند. در نهایت، این تغییر می‌تواند به سمت ساختن دنیای بهتر و بهبود کیفی زندگی انسان‌ها بینجامد.

به قلم: مهندس کیوان فاضلی - کارشناس و متخصص مهندسی مکانیک جامدات



www.digieco-ai.ir

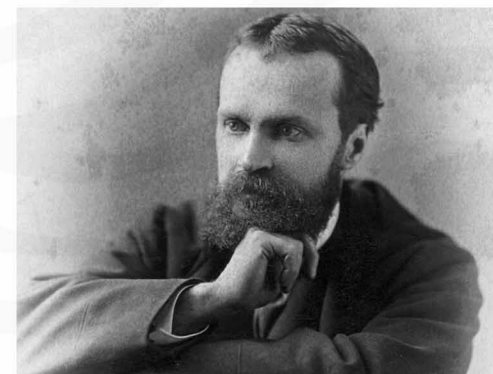




دمی بیا به کنارم نه انتهای غزل	بیا سرآخ من اما نه ابتدای غزل
هنوز، فاصله داری که تا بخوبیش رسی	گذر نکرده ز خود کی رسی پهای غزل
مرابه شانه کشیدی و مو به مو بردی	در آینه نشیدی تو مویه های غزل
من از سکوت تو گفتم ترانه اما تو	شبانه زمزمه کردی به های غزل
مرابه فتنه ی امواج چشم خود بردی	کنون بیابویی اشک چشمه های غزل
سرودماندن و رفتن همیشه مرثیه نیست	هزار نغمه سرودم در ابتدای غزل
به مهر گفتمت آرایه های پنهان را	خطاوسهو قلم، نیست برخدای غزل
غزال من ، غزلم شاهکار ماندن بود	بین چه زود، رسیدیم انتهای غزل

شاعر: ارسلان صمدی لرگانی

www.digieco-ai.ir



ویلیام جیمز، توی به خونواده ی ثروتمند و درجه یک آمریکایی در قرن نوزدهم به دنیا اومد؛ منتها از همون بچگی مدام مریض بود. اغلب دچار استفراغ و اسهال میشد و اکثرا اوقات توی اتاقش بود و نمی تونست مثل بقیه ی هم سن هاش، بچگی کنه. این خونه نشینی باعث شده بود تا به نقاشی روی بیاره و به نظر خودش، کارش تو این زمینه خوب بود؛ اما پدرش دائما بهش سرکوفت می زد و اون رو مایه ی ننگ خانواده می دونست.

برادر و خواهرش، هر کدوم برای خودشون کسی شده بودن و اسم و رسمی بهم زده بودن؛ اما این وسط، ویلیام جیمز حکم لکه ی ننگ رو برای خونواده اش داشت.

پدرش از طریق پارتی بازی تونست ویلیام رو به دانشکده ی پزشکی بفروسته و بهش گفت که این آخرین فرصتی هست که بهت میدم.

خود ویلیام جیمز توی خاطراتش گفته یه بار که از بیمارستان روانی بازدید کردیم، با بیماران احساس نزدیکی بیش تری می کردم.

بعد از چندماه کلنجار رفتن با خودش و وضعیتش، فهمید که برای پزشکی ساخته نشده و دلش رو به دریا زد.

تصمیم گرفت از دانشگاه انصراف بده و برای دور شدن از فضای سمی خانواده، توی تور بازدید از آمازون ثبت نام کرد.

توجه کن که داریم راجع به قرن ۱۹ صحبت می کنیم، نه ۱۰ سال پیش!

وسط راه آبله گرفت و تا مرز مرگ رفت؛ اما به طور معجزه آسایی زنده موند. ویلیام در تمام عمرش خودش رو قربانی زندگی می دونست؛ اما در حین سفر با کتابی آشنا شد که بنیان فکریش رو عوض کرد. به خودش گفت که بذار یک سال با این فکر زندگی کنیم که خودم مسئول ۱۰۰ درصد اتفاقات زندگیم هستم.

می دونی چی شد؟

همون پسری که مایه ی ننگ خانواده بود، به پدر علم روانشناسی آمریکا تبدیل شد که کل جهان برای حضور در سمینارهای روانشناسی ازش دعوت می کردن.

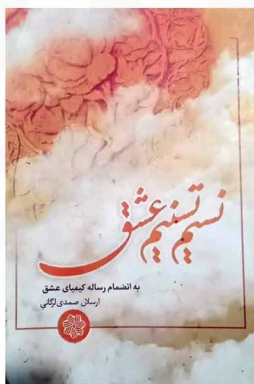
هر وقت احساس می کنی قربانی هستی، ویلیام جیمز رو به خاطر بیار و سعی کن مسئولیت زندگی خودت رو به عهده بگیری.

www.digieco-ai.ir



کتاب نسیم تسنیم عشق اثر شاعر و نویسنده ارسلان صمدی لرگانی

لینک کوتاه: ۲۳۴۳=p=https://digieco-ai.ir/?p=۲۳۴۳



کتاب "نسیم تسنیم عشق" به انضمام رساله کیمیای عشق، اثر شاعر توانمند و پراوازه، ارسلان صمدی لرگانی، همچون نسیمی روح نواز، عرصه ادبیات معاصر را طراوت بخشیده است. این اثر، که ترکیبی از شعر ناب و نثر مسحورکننده است، خواننده را به سفری شورانگیز در دل عشق، هستی و حقیقت می برد.

صمدی لرگانی در این کتاب، با زبانی آمیخته به ظرافت و عمق، عشق را نه به عنوان مفهومی انتزاعی، بلکه به مثابه کیمیایی جادویی به تصویر می کشد که جان را صیقل می دهد و روح را به پرواز درمی آورد. اشعار او همچون گوهرهایی درخشان، در هر بیت، رنگی از عشق، عرفان و حیرت را به نمایش می گذارند.

رساله کیمیای عشق نیز، که ضمیمه این کتاب است، گنجینه ای از حکمت و معرفت است. این رساله، با نثری فاخر و پرجاذبه، خواننده را به تأملی ژرف درباره ماهیت عشق و نقش آن در زندگی انسان دعوت می کند. صمدی لرگانی در این بخش، همچون عارفی سالک، از رازهای ناپیدای عشق سخن می گوید و مخاطب را به کشف حقیقت وجود خود فرا می خواند.

"نسیم تسنیم عشق" تنها یک کتاب نیست؛ بلکه آینه ای است که در آن، هر خواننده ای می تواند تصویر خود را در آینه عشق ببیند. این اثر، با ترکیبی بی نظیر از شعر و نثر، ادبیات عاشقانه را به اوجی جدید رسانده و اثری ماندگار در ادبیات معاصر ایران به شمار می رود.

اگر عاشق شعر و ادبیات هستید و به دنبال اثری می گردید که روح شما را نوازش دهد و ذهنتان را به پرواز درآورد، "نسیم تسنیم عشق" را از دست ندهید. این کتاب، نه فقط یک خواندنی، بلکه یک تجربه ناب و فراموش نشدنی است.

این کتاب در زمستان ۱۳۹۸ توسط انتشارات ناسنگ به زیور طبع آراسته شده است. برای تهیه این اثر نفیس، می توانید از طریق شماره تماس ۰۹۱۱۹۹۳۳۷۶۱ یا پست الکترونیک nashr.nasang@gmail.com با انتشارات ناسنگ ارتباط برقرار نمایید.

۱۰۶

۱۰۵

ارائه گواهی حضور در کارگاه
از آکادمی بین المللی انگلستان
شرکت در کارگاه،
رایگان می باشد



پژوهشکده علمی و کاربردی ایران
و شرکت فناوری و مهندسی پرتو صنعت طلایی برگزار می کند:

کارگاه آموزشی
برندینگ ۳۶۰ درجه:
از استراتژی تا اجرا

جهت کسب اطلاعات بیشتر و ثبت نام در این کارگاه با
شماره ۰۹۱۲۴۳۱۸۶۰۸ در ارتباط باشید

تاریخ برگزاری: ۰۹ و ۱۰ اسفندماه ۱۴۰۳ زمان برگزاری: ۱۹-۲۰:۳۰

اهداف
کارگاه

آشنایی شرکت کنندگان با مفاهیم پایه برندینگ - آموزش نحوه تدوین استراتژی برند - آموزش نحوه اجرای کمپین های برندینگ - ارتقاء دانش و مهارت های برندینگ شرکت کنندگان

مخاطبان
هدف

صاحبان کسب و کارها - مدیران بازاریابی و فروش - کارشناسان برندینگ - دانشجویان رشته های مرتبط

سرفصل های
کارگاه

بخش اول:
مفاهیم پایه برندینگ: تعریف برند و برندینگ - اهمیت برندینگ برای کسب و کارها - عناصر اصلی برند (هویت، ارزش ها، شخصیت، وعده) - انواع برند (برند شرکتی، برند محصول، برند شخصی)

بخش دوم:
تدوین استراتژی برند: تحلیل بازار و رقبا - تعیین مخاطب هدف - تعریف جایگاه برند - تدوین بیانیه ارزش برند - تعیین اهداف برند - تدوین استراتژی های بازاریابی و ارتباطات

بخش سوم:
اجرای برندینگ: طراحی هویت بصری برند (لوگو، رنگ، فونت) - تولید محتوای برند - مدیریت شبکه های اجتماعی - روابط عمومی و رسانه تبلیغات و کمپین های بازاریابی - تجربه مشتری

بخش چهارم:
سنجش و ارزیابی برند: معیارهای سنجش اثربخشی برندینگ - روش های اندازه گیری ارزش برند



مدرسین:

استاد دکتر سید محمدرضا حسینی علی آباد

فوق دکتری مدیریت پروژه های بین الملل از
INTERNATIONAL UNIVERSITY OF ARMENIA
و بنیانگذار دکترین هم افزایی گوانتومی

استاد دکتر مریم عبدلی

دکتری مدیریت بازاریابی و مدرس دانشگاه و مشاور برندسازی



www.digieco-ai.ir



Le système de freinage antiblocage, communément appelé ABS (Anti-lock Braking System), est une technologie de sécurité active utilisée dans de nombreux véhicules modernes. Développé initialement dans les années 1920 pour l'aviation, le système ABS a été adapté aux automobiles dans les années 1970 et est devenu standard dans de nombreux modèles aujourd'hui. Cet texte vise à examiner les caractéristiques du freinage ABS, ainsi que ses avantages et inconvénients, en s'appuyant sur des sources académiques et professionnelles.

Caractéristiques du Freinage ABS

Le freinage ABS est conçu pour empêcher le blocage des roues lors d'un freinage soudain, ce qui améliore la stabilité et le contrôle directionnel du véhicule. Les principales caractéristiques du système

ABS incluent :

Contrôle électronique : Le système ABS utilise des capteurs pour surveiller la vitesse de rotation des roues. Lorsqu'un blocage est détecté, un contrôleur électronique ajuste la pression du frein pour éviter que la roue ne se bloque (Bosch, 2020).

۱۰۷



Système hydraulique : L'ABS est intégré au circuit de freinage hydraulique du véhicule, utilisant des modules électro-hydrauliques pour moduler la pression de freinage (Honeywell, 2018).

Redistribution de la force de freinage : Le système permet de redistribuer la force de freinage entre les roues, favorisant ainsi une meilleure adhérence et stabilité, surtout sur des surfaces glissantes (Lechner et al., 2019).

Avantages du Freinage ABS

Le système de freinage ABS présente plusieurs avantages

۱۰۸

significatifs :

Amélioration de la stabilité directionnelle : En empêchant les roues de se bloquer, l'ABS permet au conducteur de conserver une meilleure maîtrise du véhicule, surtout dans des conditions de route difficiles comme la pluie, la neige ou le verglas (Kraus et al., 2021).

Réduction de la distance de freinage : Bien que cela puisse varier selon les conditions de la route, des études montrent que, dans de nombreux cas, l'ABS peut réduire la distance de freinage sur des surfaces glissantes (NHTSA, 2008).

Confiance accrue du conducteur : L'existence d'un système ABS peut améliorer la confiance des conducteurs lors de freinages d'urgence, leur permettant de réagir plus efficacement sans la peur de perdre le contrôle du véhicule (Tasca et al., 2022).

Inconvénients du Freinage ABS

Malgré ses nombreux avantages, le système ABS présente également certains inconvénients :

Coût et maintenance : Les véhicules équipés d'ABS peuvent avoir un coût plus élevé en raison de la complexité du système et des composants supplémentaires requis. De plus, la maintenance de ces systèmes peut être coûteuse (Mahmud et al., 2020).

Perception de l'inefficacité sur des surfaces sèches : Certains conducteurs peuvent percevoir le freinage ABS comme moins efficace sur des surfaces sèches, car le système peut ne pas appliquer une pression maximale de freinage, ce qui peut entraîner une augmentation de la distance de freinage dans ces conditions (Saul et al., 2019).

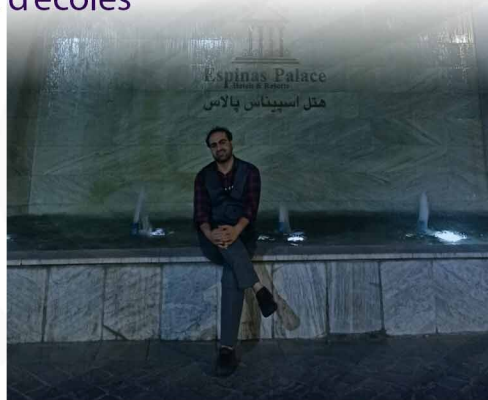


Perte de ressenti pour le conducteur : La réponse du freinage peut différer lors de l'utilisation de l'ABS, ce qui peut amener certains conducteurs à se sentir moins en contrôle ou à mal interpréter le fonctionnement du système, notamment par des vibrations dans la pédale de frein au moment du fonctionnement de l'ABS (Kemp et al., 2021).

Conclusion

Le système de freinage antiblocage (ABS) constitue une avancée technologique majeure qui a transformé la sécurité automobile. Bien qu'il offre des avantages indéniables en termes de stabilité et de confiance du conducteur, il est essentiel que les utilisateurs soient informés de ses limitations et de son coût potentiel. Avec une meilleure compréhension du fonctionnement de l'ABS, les conducteurs pourront bénéficier pleinement de cette technologie tout en restant conscients de ses limites. A l'avenir, le développement de systèmes de freinage avancés et intégrés pourrait améliorer davantage la sécurité routière.

Eng. Alireza Mahmoodi Fard – Chercheur, consultant et enseignant d'universités et d'écoles



www.digieco-ai.ir



طراحی‌فرف

انجام کلیه خدمات گرافیکی:

پست و استوری، موشن گرافی، لوگو،
پوستر، جلد کتاب، کارت ویزیت،
تراکت، سربرگ، کارت پستال و...



@tarahifar

۰۹۳۵۶۳۶۷۰۲۰



www.digieco-ai.ir

