



استوری به آی گپ ایرانی رسید



توسط اسنپ چت عرضه می شد و بسیار هم مورد توجه کاربران قرار گرفت. بعد از اسنپ چت پلتفرم های بزرگ دنیا همچون اینستاگرام، فیسبک، واتس اپ و... شروع به توسعه این قابلیت کردند. آخرین پلتفرم بین المللی هم که این سرویس را عرضه کرد، لینکدین بود. به گفته عضو هیأت مدیره آی گپ، روزانه ۵۰۰ میلیون نفر در اینستاگرام از قابلیت استوری استفاده می کنند. این رقم در واتس اپ به ۴۵۰ میلیون، در فیسبک به ۳۰۰ میلیون و در اسنپ چت به ۱۹۱ میلیون نفر می رسد. تقوی اضافه می کند این آمار و ارقام باعث متقاعد شدن آی گپ به پذیرش استوری از سوی کاربران شد. وی ادامه داد: ۹۶ درصد کمپین های تجاری در حوزه بازاریابی دیجیتال در شش ماه آینده یک بخشی از بودجه خود را صرف استوری خواهند کرد که نشان می دهد تأثیرگذاری استوری در دنیا به چه صورت بوده است.



عارف چراغی

روزنامه نگار فناوری

در روزهای گذشته مسوولان پلتفرم آی گپ، از اضافه شدن قابلیت استوری به این پیام رسان با نام تجاری «لحظه ها» خبر داد. عضو هیأت مدیره و معاون فنی آی گپ در مورد اضافه کردن این قابلیت برای اولین بار در میان پیام رسان های ایرانی، می گوید: زنجیره محصولات پیام رسانی آی گپ در حال کامل شدن است. علی اصغر تقوی در این باره گفته است: این که ما در تیم طراحی و تحقیق و توسعه آی گپ چگونه به این نتیجه رسیدیم که این سرویس می تواند مورد پسند کاربران قرار بگیرد، بررسی و مطالعات جدی بود که در این خصوص انجام شد. نکته اول این که استوری اولین بار با پلتفرم اسنپ چت عرضه شد و در آن زمان طی مدت بسیار کمی، محتوای کوتاهی

تهدید سلامت مردم با مکمل های دارویی اینترنتی



پزشکی اعلام و منتشر می شود، جزو اقلام دارویی است و محل عرضه آنها صرفا باید داروخانه باشد و موضوع تقلب و عرضه خارج از قیمت متعارف مکمل ها در این دو پلتفرم مورد تأکید قرار گرفته و تخلفات مذکور خلاف تبصره ۵ ماده ۵ قانون ۱۳۳۴ یادآوری شد. پس از طرح موضوع اهمیت سلامت مردم و لزوم توجه به نحوه ارائه، حمل و حتی احتمال ایجاد تقاضای القایی و تشویق به مصرف غیرمنطقی مکمل ها توسط نمایندگان سازمان های نظام پزشکی و غذا و دارو، متأسفانه مواضع نمایندگان پلتفرم های دیجیتال به سمت تهدید تغییر کرد.

ادامه داشت. براساس گزارش وبدا (پایگاه اطلاع رسانی و خبری وزارت بهداشت)، با وجود این که طبق قانون، مکمل ها در گروه داروها دسته بندی شده و باید در داروخانه ها عرضه شوند اما پلتفرم های دیجی کالا و اسنپ دکتر با عدم تمکین به این قانون، سازمان های غذا و دارو و نظام پزشکی را به اخذ مجوز برای عرضه این فرآورده ها از نهادهای دیگر تهدید می کنند. گرچه مطابق تبصره ۳ ماده ۳ قانون مربوط به مقررات پزشکی و دارو و مواد خوراکی و آشامیدنی، فرآورده های تقویتی، تحریک کننده، ویتامین ها و... که فهرست آن توسط وزارت بهداشت، درمان و آموزش

چند روز قبل، جلسه ای با حضور نمایندگان سازمان غذا و دارو، نظام پزشکی، اتاق ایران، دبیر کمیته حمایت از کسب و کار، اتحادیه واردکنندگان مکمل و دیجی کالا و اسنپ دکتر در خصوص عرضه مکمل ها در پلتفرم های مذکور برگزار شد. در جریان این جلسه به رغم توضیحات نماینده سازمان غذا و دارو و سازمان نظام پزشکی در خصوص تخصصی بودن عرضه مکمل و دارو و خطرات احتمالی ناشی از بی قانونی و تخلف های انجام شده در بستر دو پلتفرم دیجی کالا و اسنپ دکتر، اصرار بر عدم نیاز به مجوز سازمان غذا و دارو یا وزارت بهداشت همچنان



دلایل افزایش قیمت تاکسی های اینترنتی در یک ماه اخیر



سفر در تپسی افزایش قابل ملاحظه ای در بیشتر شهرها داشت که منجر به تغییر قیمت سفرها در قیاس با فصل تابستان و در ساعات اوج (صبح ها و عصرها) شد. حمید بذرگر، مدیرعامل تاکسی اینترنتی ماکسیم نیز گفته است: ماکسیم در مورد قیمت گذاری سفرها همیشه شفاف عمل کرده و این طور نیست که در یک ساعت برای یک درخواست یکسان، چند قیمت متفاوت از ما ببینید. باید اضافه کنم توافق بر سر قیمت برای انجام سفر بین راننده و مسافر نیز در اپلیکیشن ما امکان پذیر است.

سفر، مسافت سفر، مدت زمان سفر و نسبت عرضه و تقاضا عوامل تأثیرگذار روی قیمت سفرهای اسنپی هستند. هرچند ورودی و مسافت در یک سفر ثابت همیشه یکسان است اما مدت زمان سفر با توجه به عواملی مانند ترافیک یا شرایط جوی خاص متغیر است در نتیجه قیمت نیز تغییر می کند. در این باره کسری قانع، مدیر روابط عمومی تپسی می گوید: یکی از مهم ترین این متغیرها، میزان تقاضا یا تعداد درخواست های سفر است. او اضافه کرد: پس از فروکش کردن پاندمی کرونا، بازگشایی مدارس و مشاغل، حجم درخواست های

قیمت سفرهای اینترنتی در ایران تحت موقعیت های مختلف سال، بارها دچار تغییر و تحول می شود. این بار کاربران تاکسی های اینترنتی از اواخر شهریور تا نیمه مهر شاهد افزایش قیمت ها بوده اند و این موضوع واکنش های زیادی از سوی کاربران در شبکه های اجتماعی به دنبال داشت. فرید شهابی، مدیر تجاری اسنپ به رسانه ها گفته است: قیمت هر سفر متأثر از نسبت عرضه و تقاضاست و تغییر قیمت در روزهای اخیر به دلیل تغییر فصل است. شهابی در خصوص قیمت گذاری کلی سفرها در اسنپ می گوید: ورودی

کارت هوشمند رانندگی به شماره ۲۰۴۹۳۲۷ متعلق به آقای کامران سیاوشی فرزند حسن صادره از فریدون شهر به شماره ملی ۱۱۲۹۹۵۷۴۰۳ مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.	اینجناب حسن کزازی فرزند عبدالله کد ملی ۰۴۲۰۰۷۰۷۱۰ از تاریخ ۱۴۰۰/۰۷/۲۰ از شرکت تولید صنایع شیمیایی اریس انصراف خود را اعلام می نمایم.	دانشنامه اینجناب غلامرضا مشیری به شماره ملی ۲۸۵۱۴۱۶۱۲۱، متعلق کارشناسی رشته نمایش گرایشی بازیگری از دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارواح مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.	برگ سبز و سند کمپانی موتورسیکلت برمودا CDI ۱۲۵ مدل ۱۳۹۰ به رنگ آبی کارونی شماره انتظامی ایران ۶۲۳-۴۹۵۱۸-۱۳۹۰ شماره موتور 156FMIN3L1051648 شماره شاسی N3L***125A9001652 به نام علی اسحق دواتگر مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.
برگ سبز و سند کمپانی و کارت و پلاک متعلق به خودرو سواری هیوندای خارجی Genesis 3800 اتوماتیک، مدل ۲۰۱۰ به رنگ سفید شماره انتظامی ایران ۵۳-۲۵۵-۴۵ شماره موتور G6DA9S495855 و شماره شاسی KMHG41E3AU078205 به نام منصور همتی دهاقانی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.	برگ سبز و سند کمپانی و کارت و کارت هوشمند ناوگان به شماره 2390115 متعلق به خودرو کامیون کشنده البرز مدل ۱۳۸۹ به رنگ سفید روغنی، شماره انتظامی ایران ۴۳-۷۵۸ ع ۷۶ شماره موتور 87807228 و شماره شاسی NADG4DY34AH604112 به نام کامران سیاوشی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.	سند خودرو سمند نقشه های متالیک مدل ۱۳۸۲ اینجناب مقدسه قلندری به شماره شاسی 82235971 و شماره موتور 32908236830 و شماره پلاک ۵۳-۱۴۵۹ ایران ۲۱ مفقود و فاقد اعتبار می باشد.	دانشنامه مالکیت سواری پژو PARS TU5 مدل ۱۳۹۸ رنگ سفید روغنی شماره موتور 164B0226066 شماره شاسی NAAN11FE8KH524439 و شماره پلاک ۱۷۷ م ۱۲۳ ایران ۴۶ به نام محمد خدمتگذار لادمخی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.