



### کارایی فرآیند ارتباطات اجتماعی مثلث کارآفرینان، کسب و کار و مشتری با سامانه های پیام رسان اجتماعی

سید فرید صدری زاده\*

کارشناس ارشد مهندسی صنایع - صنایع، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران.

[info.AFS.SGS.CEO@chmail.ir](mailto:info.AFS.SGS.CEO@chmail.ir)

علی قاسمی جهان

دکترای علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد بین المللی قشم، هرمزگان، ایران.

[ghasemijahanali@yahoo.com](mailto:ghasemijahanali@yahoo.com)

ناهید هاشمیان بجنورد

استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی، دانشگاه خيام، مشهد، ایران.

[n.hashemian@khayyam.ac.ir](mailto:n.hashemian@khayyam.ac.ir)

الهه السادات هاشمیان

کارشناس حقوق، دانشکده حقوق، دانشگاه آزاد مشهد، مشهد رضوی، ایران.

[info.AFS.SGS.CEO@chmail.ir](mailto:info.AFS.SGS.CEO@chmail.ir)

#### چکیده

در این مقاله دنبال طراحی مشخصات فنی یک سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال چند هدفه برای بهبود ارتباطات اجتماعی کارآفرینان و کسب و کارهای مردم، متخصصان، تحصیلکرده ها، آموزش دیده ها، خبره ها و با تجربه ها و راهی برای سهولت ارتباطات اجتماعی نظام خانواده می باشیم. با توجه به تنوع پیام رسانها نیاز به یک پیام رسان بومی خیلی کامل می باشد. مفاهیمی مانند تجارت الکترونیکی، فروشگاه الکترونیکی، اعتبار اسناد الکترونیکی، جرایم رایانه ای، حراج الکترونیکی، کاربایی الکترونیکی، همسریابی و دوست یابی الکترونیکی، بازارها و بازاریابی الکترونیکی، سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال، درگاه پرداخت الکترونیکی IPG و IAP و قراردادهای الکترونیکی، امضای الکترونیکی، درخواست یا خرید الکترونیکی، کسب و کار الکترونیکی و از همه مهمتر جستجو و پرسوجوی اینترنتی در این تحقیق بیان می شود. از طرفی دیگر شرایط خاص مانند رکود و کرونا روی خیلی از کسب و کارها ورشکستگی و کاهش رونق ایجاد کرده است. موضوع دیگر بحث شاخص سهولت، زمان تدارک، پشتیبانی و ارتباط با مشتری و جذابیت رسانه برای مردم و هم کسب و کارها نیز مطرح می شود. در مهندسی صنایع به دنبال بهینه کردن شاخص ها و اهداف بویژه متغیر هزینه فعالیت یا فرآیند و زمان فعالیت یا فرآیند می باشیم. شیب قیمت سوخت، صرفه جویی و کاهش مصرف انرژی، آلودگی هوا، استهلاک خودرو و ترافیک خیابان باعث می شود تا مشتریان موقعیت، خدمات، مشخصات خدمت دهنده، قیمتها و کسب و کارهای نزدیک به خود را با سهولت و با اطمینان بدانند تا ارتباط کار، تبادل مالی الکترونیک راحتی داشته باشند.

**واژگان کلیدی:** کارایی ارتباطات اجتماعی، کسب و کار (تجارت) الکترونیکی، فروشگاه اینترنتی، رسانه و پیام رسانه دیجیتال.



### مقدمه

شواهد محکمی مبنی بر وجود رابطه علی بین کارآفرینی و رشد اقتصادی و کاهش فقر وجود دارد (حسن آبادی و حاصلی، ۱۳۹۴). حسن آبادی و حاصلی (۱۳۹۴) بیان می دارند که «در سالهای اخیر کشورهای کمتر توسعه یافته، دچار چالش های مختلفی شده اند و در دوره گذار نیاز به رویکردها و روش های خلاقانه و نوآوری دارند. کارآفرینی و کسب و کار اینترنتی تاثیر زیادی در شاخص اشتغال زایی اقتصاد کلان دارد. اینترنت بزرگترین انقلاب در علم و فن آوری است. کارآفرینان همواره با نوآوری و رقابت روبرو هستند». در اقتصاد کلان، هیچ شاخصی مهمتر از نرخ رشد اقتصادی که افزایش سالیانه شاخص تولید ناخالص داخلی (GDP)، روی رفاه اقتصادی مردم کشور اثر مثبت ندارد و توسعه کارآفرینی و کسب و کار به افزایش سرانه درآمد جامعه می انجامد (حسن آبادی و حاصلی، ۱۳۹۴) و (سرزعی، ۱۳۹۴). کارآفرین اجتماعی در راستای بهبود شرایط اجتماعی، بهداشت، مالی و اقتصادی، روانشناسی، تربیتی، زیست محیطی و آموزش دارای ویژگی بلند پروازی و عدم رضایت از وضعیت موجود می باشد. کارآفرینی به چند دسته کارآفرین زنجیره ای، کارآفرین سبک زندگی و کارآفرین الکترونیکی تقسیم می شود (حسن آبادی و حاصلی، ۱۳۹۴).

بهترین مدل برای توسعه دنیا کارآفرینی است که باعث رشد اقتصادی کشورها، افزایش بهره وری انسانی و سیستمی، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی می شود (احمدپور و همکاران، ۱۳۸۳) و (اورکی و همکاران، ۱۳۹۵). بعضی از پژوهشگران تجارت الکترونیکی را تجارتي بدون کاغذ، بدون محدودیت زمان بررسی و سفارش، کاهش هزینه های بازاریابی، کاهش تردد در شهر، بین شهری و بین المللی و سهولت مدیریت زنجیره تامین دانسته و بعضی تجارت بدون مرز می نامند. سازمان توسعه همکاری اقتصادی بین شرکتی و سازمانهای جهانی OECD (۲۰۰۱) تجارت الکترونیکی را خرید و فروش کالا و خدمات روی شبکه های واسط کامپیوتری و زنجیره تامین بویژه توزیع محصولات یا خدمات، آنلاین یا آفلاین تعریف می کند. عدالتیان شهریاری و همکاران (۱۳۹۵) همچنین بیان می دارد که انواع تجارت الکترونیک شامل: کسب و کار با کسب و کار B2B، کسب و کار با مشتری B2C، مشتری با مشتری C2C، کسب و کار با دولت B2G، مشتری با کسب و کار C2B و تجارت الکترونیک درون کسب و کار یا بین سازمانی می باشد. بعضی کارآفرینی را پشتکار، سبک پذیری و خودباوری، اعتماد به نفس، خلق ارزش های نو، استفاده از منابع کم و کمیاب برای تولید محصول و خدمت و ارتباطات موثر می دانند (عدالتیان شهریاری و همکاران، ۱۳۹۵).

از رفتارهای کارآفرینان موفق، شادی، روحیه بالا و اشتیاق است که از سطح اعتقاد به تاثیر کسب و کارش روی بهتر شدن زندگی مردم نشات می گیرد. (عدالتیان شهریاری و همکاران، ۱۳۹۵، به نقل از لی و لین، ۲۰۰۳) کیفیت خدمات، ابعاد طراحی وب سایت، قابلیت به اعتماد سامانه، پاسخگو بودن کسب و کار، اطمینان و شخصی سازی مشتری و ارتباط موثر دایمی با مشتری عامل موفقیت در تجارت الکترونیک دانسته اند. انصاری (۱۳۹۵، به نقل از رحیمی، ۱۳۸۰) بیان می دارد، کارآفرینی فرآیندی از ارائه اندیشه های تازه و نو، بهره گیری از امکانات و فرصت های موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است. اورکی و همکاران (۲۰۱۶) فرضیه اینکه کارآفرینی سازمانی بر موفقیت تجارت الکترونیکی در فروشگاه اینترنتی تاثیر دارد [سودمندی تجارت الکترونیکی فروشگاه مجازی تابعی از سازماندهی کارآفرینی درون سازمانی است] بیان و با روش آزمون پیرسون و ضرایب همبستگی ثابت کرده اند.

بکارگیری و پیاده سازی تجارت اجتماعی و کسب و کار مبتنی بر رسانه های اجتماعی همانند دیگر ابتکارهای فناورانه، یک چالش فنی اجتماعی می باشد. حین پیاده سازی ابتکارات اجتماعی مبتنی بر رسانه های اجتماعی باید میزان موفقیت سازمان ها، ارزیابی شود (حاجی پور، ۱۳۹۷).

سامانه های بزرگی مانند گوگل، آمازون، ای بی و یاهو که نماد کلاسیک کارآفرینی الکترونیکی هستند، در شروع فقط یک ایده ناب بودند، توسط چند تا مهندس جوان تبدیل به شرکتهای غولپیکر دنیا شده اند. مهمترین مشخصه کسب و کار اینترنتی کم بودن سرمایه آن است.



مزیت دیگر آن کمک به اشتغال زنان سرپرست خانوار، افراد کم سرمایه مستعد، کاهش ترافیک و آلودگی شهرها، صرفه جویی سوخت است (علوی، ۱۳۹۵).

شرکت گوگل که در سال ۱۹۹۸ ثبت شده، در سال ۲۰۱۰ درآمدی بیش از ۲۹ میلیارد دلار داشته، سود خالص ۱۹ میلیارد دلار و ارزش سهام ۱۹۳ میلیارد دلار بوده است. کسب و کار اینترنتی برای شروع مقدار کمی سرمایه می خواهد. دانشگاه استنفورد تا ۲ سال ابتدایی شرکت گوگل هزینه ها را پرداخته است. انیشتن می گوید اول **قوانین بازی** را یاد بگیرید، بعد بهتر بازی می کنید (راسخوان، ۱۳۹۰) و (علوی، ۱۳۹۵).

قبل از ثبت شرکت گوگل، شرکت میکرو سیستم، **اندی بچتلشم** مبلغ ۱۰۰ هزار دلار، یک سرمایه گذار هندی به نام **ویتود خسال** ۷۵۰ هزار دلار به **لاری پیچ** و **سرگئی برین** کمک شده است. ۶ ماه بعد از ثبت گوگل دو شرکت آمریکایی دیگر ۲۵ میلیون دلار در آن سرمایه گذاری می کنند. بعد **حضور در بورس، برندسازی و منشور مشتری مداری** انجام داده اند. شرکت گوگل در ایجاد محیط کاری بانشاط و شاد سرآمد شرکت های دنیا است. 24,900 مورد اختراع به نام گوگل ثبت شده است. در شرکت گوگل چرخ هرگز تولید نمی شود اما در این بازی، تقلید خلاق انجام می گیرد (علوی، ۱۳۹۵).

### سوالات تحقیق

3

1. برای افزایش کارایی ارتباطات اجتماعی کارآفرینان، کسب و کار و مردم با هدف های یافتن نزدیکترین خدمت دهنده یا خدمت گیرنده، پایین ترین قیمت، کمترین زمان در شرایط بحران، رکود و همگیری مانند کرونا چه باید بکنیم؟
2. برای سهولت رد و بدل کردن تبادلات بانکی تجارت داخلی و خارجی چه موانعی وجود دارد، چه ابزارهایی وجود دارد و چه باید انجام بدهیم؟
3. برای یکپارچه کردن سایت های دوست یابی و همسر یابی و شغل یابی و برطرف کردن اشکالات قانونی و اخلاقی تجربه های گذشته چه باید بکنیم؟
4. آیا از سایت و اپ پیشنهادی جامع جستجوگر ایرانی برای تنظیم بازار و تعیین قیمت و جلوگیری از تخلفات اصناف می توان استفاده کرد؟
5. آیا با ایجاد و راه اندازی این سایت و اپ تلفن همراه امکان استفاده از ظرفیت شرکت های پستی دولتی و خصوصی برای کاهش رفت و آمد غیر ضروری مردم و کاهش مصرف سوخت یا تقاضای سوخت، کاهش ترافیک کلان شهرها، معرفی کسب و کارهای روستاهای دور افتاده، توسعه تجارت الکترونیک و ارزآوری وجود دارد؟

### روش تحقیق

از روش **سندخوانی، کتابخانه ای، مطالعه اسنادی، پیمایشی و میدانی** (هر دو) **کیفی آینده نگر** و استفاده از متغیر آماره های مهم و تکنیک **RCA** تحلیل ریشه ای مشکلات جامعه، که بصورت غیر مستقیم در تحقیق مکمل دیگری انجام شده بود، استفاده می شود. این مطالعه کاربردی است و مبتنی بر خلاقیت و نوآوری و **مشاهده تحلیلی** می باشد. حداقل ۲۵ مقاله و پژوهش از ۳۰ تحقیق انتخاب شده، فیش برداری، خلاصه نویسی شده است (با توجه به محدودیت حداکثر ۲۰ صفحه بودن مقاله).. ایده پیوند سه گانه کارآفرینان، تجارت اجتماعی، کسب و کار الکترونیکی با محوریت نظام خانواده باعث زایش طراحی سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال چند هدفه **اجتماعی، اقتصاد کلانی و مالی، کارآفرینی، کسب و کار الکترونیکی و موتور جستجوگر منابع انسانی و کسب و کارهای مردم** با نام **ایران کاندی آپ** یا وب سایت و اپلیکیشن **آب نبات ایران** شد. نویسنده مسول کارشناس برق و کارشناس ارشد مهندسی صنایع به تمام گرایشهای مدل سازی اجتماعی، اقتصاد کلانی، مالی و کسب و کار و مهندسی مالی برای دکتر و پست دکترا علاقمند است.

<sup>1</sup>Turban, 2016

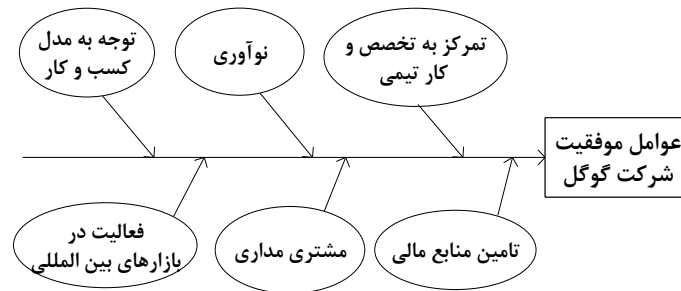
<sup>2</sup>Ananda et al, 2016



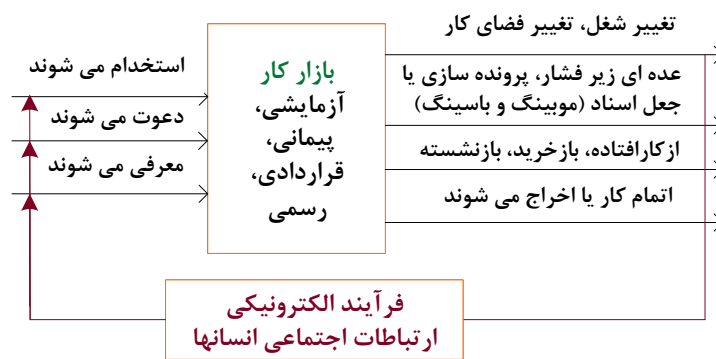


### پیشینه و ادبیات تحقیق

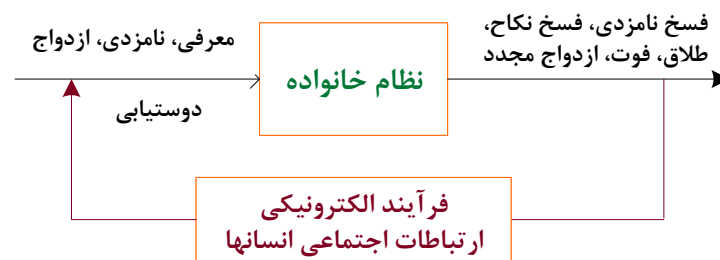
هدف پژوهش نیاز به طراحی یک سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال اجتماعی، مالی و کسب و کار (تجارت) الکترونیکی و موتور جستجوگر منابع انسانی، متخصصین، مشاغل و کارآفرینان و افزون کردن کارایی فرآیندهای ارتباطاتی بینشان می باشد. این وب سایت و اپلیکیشن الکترونیکی دارای ویژگی چند هدفه (چندمنظوره) می باشد. فوق العاده مشتری مدار و ارتباط محور با مشتری، همکار و کارپخش کن بین تمام کسب و کارهای الکترونیکی و سامانه ها و اپلیکیشن های موجود می باشد. مثلا برای ارسال محصول تمام روشها و شرکتهای حمل و نقل با قیمت و زمان به مشتری نشان می دهد تا خود مشتری انتخاب کند. پست جمهوری اسلامی، شرکت های خصوصی نظیر تیپاکس، اچ پی ال، تی ان تی، آرامکس، انبارتوشه قطار رجاء، انبار توشه تعاونی های مختلف اتوبوس بین شهری، پست هوایی مختلف با قیمت، زمان تقریبی حمل و مقدار بیمه نشان می دهد. حق انتخاب با مشتری است تا به سامانه و پیام رسانه دیجیتال آن مرتبط شود و اگر آن شرکت یا کسب و کار سامانه الکترونیکی نداشت، خود سامانه و اپلیکیشن مرکزی آب نبات ایران این خدمت را برای مشتریان انجام می دهد. در اقتصاد مدرن تخصص های انسانی و ایده های آنها ارزش افزوده بیشتری پیدا می کند (کاظمی ترقیان و همکاران، ۱۳۹۱) و (حسن آبادی و حاصلی، ۱۳۹۴). فرآیندها و اطلاعات و ارتباطات داخلی و خارجی در سازمانها تقریبا در سراسر بخش های صنعتی، بطور فزاینده ای توسط فن آوری اطلاعات الکترونیکی پشتیبانی می شود (حسن آبادی و حاصلی، ۱۳۹۴). جوهره هر نوع کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری است (شاه حسینی، ۱۳۸۸) و (علوی، ۱۳۹۵). لاری پیچ بنیانگذار گوگل می گوید یک موتور جستجوی ایده آل کاملا می فهمد که منظور تو چیست و آنچه را خواستی به درستی در اختیار تو قرار می دهد (علوی، ۱۳۹۵). در کارآفرینی از طریق سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال باید تمام ریسکها و فرصتهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصاد کلانی، مالی، روانشناختی، کیفیت خدمات و رقابت پذیری و رضایت مشتری، فنی و فن آوری و از سویی دیگر حفظ قوانین و مقررات تجارت الکترونیکی در طراحی مدل کسب و کار و فرآیند ارتباطات اجتماعی الکترونیکی در نظر گرفته شود. مشکل دیگر بازرکار، میزان مهارت های افراد جویای کار است. در پیمایشی دیگری، شکایت از سایت همسریابی برای کلاهبرداری ۳۰۰ میلیون تومانی شخص حقیقی سایت بوده که توسط پلیس مازندران دستگیر شده است. متهم با عنوان جعلی با اغفال دختران، زنان، وعده تسهیلات ازدواج جوانان با ملاقات حضوری اقدام به دریافت وجه از آنان و انتقال به حساب شخصی خود کرده است (تابناک، ۱۵ اسفند ۱۳۹۸) و (میرفیضی رئیس پلیس مازندران، ۱۳۹۸). هیچ سایت و کانال و سامانه همسریابی مجوز قانونی ندارد (مشرق نیوز، ۲۸ بهمن ۱۳۹۸). رئیس مرکز تشخیص و پیشگیری پلیس فتا ناجا با اشاره به اینکه بیشتر افراد ثبت نام کرده در این سایتهای همسریابی به دنبال سوژه مناسب برای ازدواج نیستند و دنبال دوستی، ازدواج موقت [بازی و تفنن یا فان]، ازدواج دوم و سوء استفاده و کلاهبرداری هستند برگرفته از <http://cyberpolice.ir> (پلیس فتا، دی ۱۳۹۷) و (نیک نفس، ۱۳۹۷). ثبت نام و فعالیت در این سایتهای بهیچ وجه بدون اطلاع و همراهی خانواده نباشد و به تنهایی قرار ملاقات حضوری نگذارند، زیرا بسیاری اطلاعات و چهره واقعی و نیت خود را پنهان می کنند. تنها یک سامانه مجوز فعالیت و تاییدهای لازم برای فعالیت دارد، با نام سامانه ملی همسان گزینی به آدرس <http://hamsan.tabyan.net> در معاونت ساماندهی امور جوانان وزارت ورزش و موسسه فرهنگی و اطلاع رسانی تبیان تاسیس شده است (پلیس فتا، دی ۱۳۹۷) و (نیک نفس، ۱۳۹۷). همچنین کارآفرینی فرآیند پویایی در جهت افزایش و ایجاد سرمایه است (انصاری، ۱۳۹۵).



شکل ۱- دلایل موفقیت گوگل (علوی، ۱۳۹۵).



شکل ۲- چرخه بازار کار کسب و کارهای خرد و کلان جامعه.



شکل ۳- چرخه ارتباطات اجتماعی نظام خانواده.



شکل ۴- لوگوی دوم پیشنهادی سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال چند هدفه ایران کاندی آپ یا اپلیکیشن آب نبات ایران.

در برندسازی و معرفی محصول یا خدمات معرفی و به ذهن مخاطب سپاری لوگو یا نشان (نمادسازی) بسیار اهمیت دارد.

# اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و صنعت

۱۲ شهریور ۱۴۰۰ - تفلیس / گرجستان

1<sup>ST</sup> National Conference on Management & Industry

3 September 2021 - Georgia



شکل ۵- لوگوی سازمان میراث فرهنگی.



شکل ۶- نمونه لوگوهای داخلی.

6

تیزرو و همکاران (۱۳۹۸) بیان می دارد «نمونه ای ۴۰ نفری از دختران بازمانده از ازدواج در شهر تهران را بررسی و مطالعه کردند. روش جمع آوری داده ها پرسشنامه بوده است. دو متغیر سطح خودانتقادی و سازگاری اجتماعی در آنها اندازه گرفته می شود. نتیجه تحقیق این بوده که آموزش بر پذیرش تعهد و خود انتقادی و سازگاری دختران بازمانده از ازدواج اثربخش می باشد. اکثر دختران بازمانده از ازدواج، انعطاف پذیری روانشناختی و سازگاری اجتماعی کمی داشته اند». **صدری زاده و همکاران (۱۳۹۹)** و **مدل نوزایی شده نظام خانواده با نگاه اجتماعی، اقتصاد کلانی، مهندسی ارزش یا ارزشگذاری (ارزشیابی)، فقه و حقوق، روانشناسی، علوم تربیتی، بهداشت خانواده، مدیریت، حسابداری، قضائی و ناجایی** برای سال ۱۴۰۰ شمسی به بعد معرفی شد. سرعت و سهولت ازدواج و طلاق بر اساس نظریه صف نظام مهندسی صنایع تعریف می شود. نتیجه نیاز سنجی اقدام اصلاحی روی فرآیند ارتباطات نظام خانواده با الزام به وجود یک **سامانه الکترونیکی قابل اطمینان و پیامرسانه دیجیتال** (اپلیکیشن موبایل، تپ لت، لپ تاپ، کامپیوتر) نشان می دهد. در وهله اول باید قوانین حقوق مدنی و سایر قوانین کشور ایران





و قوانین تجارت الکترونیکی و دست آخر قانون و مقررات سامانه را بدانند و بپذیرند، مانند همه اپلیکیشن های دیگر دنیا برای نمونه **علی بابا**. این سامانه و پیام رسان دیجیتال می تواند جای **توییتر**، **فیس بوک**، **لینکدین**، **تلگرام**، **واتس آپ**، **وایبر**، **سایتهای همسریابی**، **متخصصین ایران**، **نظام مهندسی ها تا حدودی**، **نظام پزشکی**، **بازار کار** و غیره. **تبادل مالی الکترونیکی** مطمئن از ویژگی مهم پیام رسان می باشد. **خرید هدیه الکترونیکی** مانند سامانه شرکت **آمازون** در آمریکا و کانادا، کسب و کار و مهارت خود را بازاریابی و معرفی می کنند. در طراحی این ایده، هدف ارزش سهام بالای ۱۰۰ میلیارد دلاری مانند گوگل مطرح نیست، هدف **خدمت رسانی عام المنفعه به جامعه مردم ایران** از طریق تسهیلگری ارتباطات اجتماعی کسب و کارها و مردم می باشد. شرکت موفق **علی بابا** منوی خدمات حمل و نقل انسانی داخلی، خارجی، قطار، اتوبوس و تور داخلی و خارجی دارد. واحد پشتیبانی ۲۴ ساعته دارد و مرتبا سامانه و **نظام پاسخ گویی به مشتری** دارد. **فرآیند ارزیابی رضایت مشتری ISO9001** دارد. هیستوری سامانه و اپلیکیشن آن براحتی و سهولت سابقه مشتری با شرکت را نشان می دهد و بعد از هر خرید به مشتری با رنگهای نقره ای، آبی و طلایی **درجه اعتباردهی** می دهد. ویژگی مهم دیگر این سامانه و اپلیکیشن **آب نبات ایران خرید الکترونیکی**، پس دادن **refund** و **تبادل مالی الکترونیکی** با سرعت بالا است. البته ریسک اختلال شبکه اینترنت، کاهش سرعت و نفوذپذیری شبکه های تامین کننده اینترنت و ایرلس، مناطق کور سیم کارت های همراه اول، ایرانسل و رایتل و کاهش سرعت اینترنت مثلا بجای **4G** سرعت خدمت **H** نیم پلاس، تغییر و افزایش ناگهانی، عدم ثبات نسبی قیمت اینترنت یا بسته های اینترنتی وجود دارد اما این در محدوده کار **وزارت ارتباطات** است نه کارآفرینها.

7



شکل ۷- لوگوی نمونه ای سامانه های همسریابی.

اتحادیه و اصناف مربوطه، **نشان ملی ثبت رسانه های دیجیتال**، **نشان نماد اعتماد الکترونیکی**، **شرکت سداد** عامل **تبادل مالی الکترونیکی**، تمام شرکتهای حمل و نقل و پستی و غیره معرفی می کند. موضوع خیلی مهم دیگر پیاده سازی **تجارت الکترونیکی** داخلی و خارجی است. قوانین تجارت الکترونیک در نقاط مختلف دنیا متفاوت است، کارآفرین ها و مدیران کسب و کارها آنها را باید مطالعه و مقایسه کنند. برای مطالعه این قوانین مختلف تجارت الکترونیک به اینترنت مراجعه نمایید. **قانون تجارت الکترونیکی ایران** مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷ مجلس شورای اسلامی، قابل داندود از اینترنت تارنمای **www.ific.org.ir** و همچنین قوانین **جرائم رایانه ای** و **اعتبار اسناد الکترونیکی** مصوب ۱۳۸۹ نیز باید مطالعه شود و می توان از کتابفروشی های اینترنتی یا فروشگاههای نیز خریداری کرد.



شکل ۸- لوگوی شرکت پرداخت الکترونیکی سداد.

اپلیکیشن یا کاررسانه دیجیتال پالس و ایوا محصول شرکت پرداخت الکترونیک سداد از شرکت های همکار بانک ملی ایران است. این شرکت ۱۳۹۳ از سوی بانک ملی ماموریت پیدا می کند تا ابزار و محصول و خدمات نوین در زمینه پرداخت الکترونیکی PSP<sup>3</sup> را ایجاد کند. این شرکت عرضه کننده خدمات الکترونیکی دیگر مانند کارتخوان POS، درگاه پرداخت اینترنتی IPG و اپلیکیشن پالس و ایوا و کد دستوری #737\* با موبایل فون (تلیفون همراه موقت) می باشد. مدیر عامل شرکت سداد در مهرماه ۱۳۹۹ نشان عالی مدیر سال و جایزه مسولیت های اجتماعی در سال ۱۳۹۷ گرفته است. درگاه پرداخت اینترنتی یکی از روشهای ساده، سریع و بسیار عالی دنیا برای داد و ستد های مالی است. این روش به دو صورت درگاه پرداخت اینترنتی IPG و درگاه پرداخت درون برنامه ای IAP<sup>4</sup> به مالک کارتهای بانکی امکان می دهد تا بدون مراجعه حضوری، کالا و خدمات مورد نظر خود را از طریق اینترنت خریداری و وجه آن را آنلاین پرداخت کنند. درگاه پرداخت سداد دارای امتیازات صحت تراکنش ۹۹,۹٪، سرعت بالای تراکنش، سازگاری با صفحات نمایش تمام موبایلها و تپلت ها و لپ تاپ ها و رایانه ها، امنیت بالا مطابق استانداردهای بین المللی و دستورالعمل های شاپرک، استرداد وجه خرید (refund) از دو مسیر شتابی و شاپرکی می باشد.

برای مطالعه نماد اعتماد الکترونیکی به تارنمای <https://enamad.ir> مراجعه کنید. مختصر اینکه نماد اعتماد الکترونیکی ایران، نشانه ای است که برای ساماندهی، احراز هویت و صلاحیت کسب و کارهای الکترونیکی از طرف مرکزی با نام توسعه تجارت الکترونیکی وابسته به وزارت صمت ایران، بعنوان تاییدیه فروشگاه های اینترنتی داده می شود. هدف از ایجاد این نماد، ساماندهی و احراز هویت و صلاحیت کسب و کارهای اینترنتی می باشد. این نماد به مدت ۲ سال با هزینه ۱۷۵ هزار تومان طبق مصوبه ۲۸۸ کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات ۱۳۹۷/۱۲/۵ برای کسب و کارها صادر می شود.

<sup>3</sup>PSP: payment service provider

<sup>4</sup>INP: In App Payment





### بیان یافته های تحقیق

- اولین ویژگی این **ابرسامانه** و **پیامرسانه دیجیتال** مانند سایر سامانه های الکترونیک، تدوین قوانین و مقررات منطبق با قانون ایران و تجارت الکترونیک و تمام قوانین دیگر. گروه مدیران و مهندسان **آب نبات** هیچ مسولیت حقوقی در برابر مهریه های سنگین، جلب نفقه، حق حبس زوجه، شکایت های ناموسی و خانواده های افراد یا ضرر و زیان مالی یا عدم پرداخت وجه یا اضافه وجه گرفتن غیرقانونی شخص ثالث در کسب و کارها یا کلاه برداری های اینترنتی برعهده نمی گیرد، اما تمام تلاش در طراحی سامانه و اپلیکیشن انجام می دهد با **اقدام پیشگیرانه** و **اقدام اصلاحی** و **بهبود مستمر ISO9001** با اخذ مجوزهای قانونی از سازمانها و ذی نفعان احتمال ضرر و زیان اعضا یا مشتری و کلاه برداری کسب و کارها یا مشتری ها به حداقل ممکن برساند. **قانون تجارت الکترونیکی** داخلی و خارج از کشور و قوانین **قراردادهای الکترونیکی**، قوانین **جرایم رایانه ای** باید مطالعه کرد و در **طراحی** و **برنامه ریزی سامانه الکترونیکی** و **پیام رسانه دیجیتال** در نظر گرفت. یکی از مهمترین مباحث حقوقی در تجارت الکترونیک توجه به **انعقاد قراردادهای الکترونیکی** می باشد. قراردادهای الکترونیکی شامل بازاریابی الکترونیکی، تشکیل قرارداد، **امضای الکترونیکی قرارداد**، **پرداخت الکترونیکی** و **استرداد وجه الکترونیکی** در صورت اختلال شبکه زیرساخت یا عدم رضایت مشتری، **ارسال الکترونیکی** یا **غیرالکترونیکی** موضوع معامله و در نهایت حفظ حقوق مصرف کننده می باشد. آئین نامه **نظام بانکداری الکترونیکی** مصوب **۱۳۸۶/۱۲/۲۳** جمهوری اسلامی باید مطالعه و رعایت شود. علاوه بر این مباحث حقوقی **اعتبارسنجی اسناد الکترونیکی** و **امضای الکترونیکی** باید در کسب و کار الکترونیکی مطالعه و رعایت شود.
- طراحی این سامانه و پیام رسان دیجیتال بر اساس کسب سود و بازاریابی، معرفی کارآفرینان و **کسب و کارها، متخصصان** و رزومه آنها و البته شادی و امید، **دوست یابی، همسریابی** و **تسهیل ارتباطات اجتماعی** مردم می باشد. کسب رضایت مشتری و ارتباط دایمی با مشتری بویژه برای تمام اعضا بویژه رسمی وجود دارد و البته پیامک رسانه ای و ایمیل و راه ارتباطی برای افرادی که نمی خواهند به سادگی لغو می شود تا مزاحمت و دلگیری ایجاد نشود. به سایر کاررسانه یا اپلیکیشنهای **موقعیت یاب** مانند **Googlemap**، **نشان**، **بلد** و **Wase** لینک می شد.
- مهمترین سازمانها و بخشهای ذی نفع این سامانه الکترونیک و پیام رسان دیجیتال دانشگاه ها، شرکت های دانش بنیان، اساتید دانشگاه، کسب و کارهای مردم، فارغ التحصیلان و کارجویان، زنان سرپرست خانواده، دختران بازمانده از ازدواج، دکترها و متخصصین و جراح ها، هنرمندان با و بی مجوز وزارت ارشاد، سازمان گردشگری، پلیس فتا، سامانه و رسانه دیجیتال **اسنپ** و **علی بابا** بعنوان برادر خوانده این وب سایت و اپلیکیشن خواهند بود. موسسات آموزشی فنی و حرفه ای کاربردی، خصوصی یا دولتی می توانند خدمات خود را در این سامانه معرفی کنند. **جلیلی و همکاران (۱۳۹۱)** بیان می دارد که از جمله **تجارت الکترونیکی**، یادگیری و **آموزش الکترونیکی** است. علاوه بر آن وزارتخانه ها، سازمانها، پارکهای علمی و فن آوری و اصناف، تعزیرات و نهادهای مسول تنظیم بازار و کشف قیمت می توانند عضو شوند.
- ایجاد و پایداری و موفقیت **کسب و کارهای الکترونیکی** و **تجارت اینترنتی** و تحرک بخشیدن به **اقتصاد دیجیتالی** جز با کاهش **بوروکراسی** و برداشتن موانع قانونی و حذف دید منفی امنیتی یا **امنیت اخلاقی اجتماعی** یا **شبیبه خون فرهنگی** یا از این تعبیر بدبینانه اشتباه که با سایر علوم انسانی در تضاد می باشد. طبق پروتکل این سامانه و پیام رسان افراد سفارتخانه های کشورهای خارجی نیز می توانند در این سامانه عضو باشند، از لحاظ طراحی سعی می شود خطر امنیتی علیه کشور نداشته باشد اما محتویات و اطلاعات تبادل شده بین افراد ممکن دروغ و کذب و شایعه باشد که خارج از کنترل گروه مدیران سایت و اپلیکیشن می باشد اما تبادل شایعه و دروغ بطور کلی در دنیای رسانه محور امروز غیرقابل انکار یا کنترل است اما امتیازهای مثبت رسانه بقدری بالا طراحی می شود تا خطرات و کاربردهای منفی آن را ناچیز و قابل اغماض گرداند.



۵. ویژگی دیگر این سامانه و پیام رسانه **آب نبات ایران**، ویژگی **جستجوی هوشمندانه** بر اساس مشخصات فیلتر شده مانند **موقعیت و تخصص و نوع کسب و کار** یا تحصیلات و غیره است. **پایگاه داده** های مختلف کسب و کار و متخصص ها و اعضا وجود دارد. تمام موسسات آموزشی و آموزش کابردی اطراف منزل شما یا هر زونی که تعریف کنید مثلا محله نارمک تهران مسجد رسول، جستجو و پیدا می کند، تمام مساجد، حسینیه ها، فاطمیه ها و برنامه های فرهنگی آنان، کافی شاپها، کافی قنادی ها، آبمیوه فروشها، پمپ بنزین ها، رستورانها، کتابفروشی ها و اتوخشک شویی ها، نان پزی ها و سایر مشاغل پزشکی و مهندسی، بنگاههای خدماتی مختلف معرفی می کند. ابرسامانه و پیام رسانه قابلیت جستجوی و یافتن هوشمند و موقعیت کسب و کار و اعضای حقیقی و حقوقی را دارد. چنانچه شما می خواهید نزدیکترین خدمتدهنده را پیدا کرده تا هزینه و زمان را کاهش و مدیریت کنید. به کاهش **آلودگی هوا**، **مصرف سوخت** بی مورد، **ترافیک کلانشهرها** و **مدیریت زمان** منابع انسانی نیز مدیریت شود.
۶. یکی از مهمترین خط مشی طراحی این سامانه و پیام رسانه چندهدفه، افزایش **کارایی فرآیند ارتباطات اجتماعی فضای کسب و کارها و مردم** (سرعت و سهولت و قابلیت های فراوان) ایجاد شود.
۷. دیگر مشخصه این **سامانه الکترونیکی چند هدفه** بودن آن می باشد. **پایگاه داده** خدمات و محصولات و مشخصات فنی کسب و کارهای متنوع فراهم آورده شده، متخصصان، فارغ التحصیلان، خبرگان، کارجویان و غیره بتوانند براحتی اهداف خود را دنبال نمایند.
۸. ویژگی دیگر این سامانه و اپلیکیشن استراتژی **شراکت پذیری** بجای **رقابت پذیری** با توجه به خدمت دهنده مرکزی و **هاب** قرار گرفتن ابرسامانه نسبت به سایر سامانه های الکترونیکی دیگر می باشد. ویژگی **لینک اتصال** به دیگر **سامانه های الکترونیکی** دارد مثلا **دیجی کالا** خدمات حمل و نقل پستی شما را می تواند انجام دهد منتها سایر رقبای دیگر مانند **شرکت پست جمهوری اسلامی و تیپاکس** و شرکت پست خصوصی **آرامکس** و سایر شرکتهای هم قیمت می دهند و کاربر خودش تمام حق انتخاب در گزینه های واقعی دارد.
۹. ویژگی دیگر این ابرسامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتالی **کارایی کارجویان و آشنایی با کسب و کارها** می باشد.
۱۰. **جلیلی و همکاران (۱۳۹۱)** بیان می دارد که «در بسیاری از نقاط دنیا دانش آموزان و دانشجویان با **پست الکترونیک** با معلمین خود در ارتباط هستند». پس از تحریم های شیطان بزرگ **سامانه الکترونیکی Visaonline24** در مشهد دیگر این سرویس **مستر کارت الکترونیکی** را نمی توانست انجام دهد. بنابراین باید این ابرسامانه امکان **تبادل مالی الکترونیکی بین المللی** با ارزهای **دلار، یورو** و غیره فراهم شود. بنابراین ویژگی دیگر این **ابرسامانه الکترونیکی**، امکان کسب و کار یا تجارت با **تبادل مالی الکترونیکی** حسابهای خارجی است. یعنی بیرون از ایران شخصی به سامانه **درگاه اینترنتی ارزی** پول واریز کند یا خرید می کند. دعوی دولتها از کسب و کارهای خرد مردم نه کلان دولت جدا بشود. در وزارت خارجه باید راهی برای ایجاد و نگهداری کسب و کارهای خرد مردم باز شود که لاقال اینها را سایر تحریم ها با ادله حقوق بین المللی استثنا کنند.
۱۱. یک سری از کتابها در زمانهای وزاری فرهنگ و ارشاد قبلی مجوز چاپ گرفته اند امروز مجوز چاپ از ممیز ارشاد دریافت نمی کنند. کاغذ گران است و **ارزبری** دارد و وارداتی است. کاغذ به قطع درختان می انجامد از لحاظ **نظام مدیریت محیط زیست ISO14001** درست نیست. بعضی کتابها مثل **تاریخ تمدن (ویل و آریل دورانت)** **یازده** جلد است. کتابخانه چوبی هم محیط زیستی درست نیست. حمل کتب و کتابخانه بزرگ سخت است. براحتی می توان نسخه **pdf** کتاب را با نام متقاضی به او فروخت تا الزام قانون کپی رایت حفظ شود. کاری که استاندارد **IEEE** در کانادا و آمریکا انجام می دهد. سامانه و رسانه دیجیتالی **Telewebion** برنامه های کانالهای رسانه ملی تلویزیون کشور پخش می کند، وبینار های متخصصان و هنرمندان به شرطی که وارد سه موضوع ممنوع **مسایل غیراخلاقی، سیاست و دین** نشوند و قوانین جمهوری اسلامی را رعایت کنند،



تشویب اذهان عمومی نکنند، خبرهای بی سند منتشر نکنند، دیگر مانعی نیست. بنابراین خرید و فروش کتب و نشریات و وبینار و آموزش های الکترونیکی بسیار مفید هستند.

۱۲. یکی از ویژگی های دیگر این سامانه و اپلیکیشن دیدن محصولات میراث فرهنگی، صنایع دستی، خدمات گردشگری، محصولات برند شده ایرانی مانند پسته، خرما، زعفران، گلاب، گل سرخ، نگین های سنگی اصل فیروزه، عقیق و غیره .

۱۳. تجزیه و تحلیل **swot** اصطلاحی است که برای شناسایی نقاط قوت و ضعف داخلی و خارجی، فرصت ها و تهدیدهایی که یک سیستم یا نظام با آن روبرو است، بکار می رود. **اختلالات شبکه اینترنت، کاهش سرعت اینترنت، مشکلات فنی، قیمت نامناسب** یا افزایش قیمت اینترنت، **تحریم تبادلات الکترونیکی مالی** بین داخل و خارج نظیر مسترکارت های دلار الکترونیکی، عدم شناخت قوانین مالیات دو کشور و ارتباط مالی الکترونیکی باید بعنوان ریسکها و خطرات مطالعه و اقدام پیشگیرانه آن در نظر گرفته شود (انصاری، ۱۳۹۵).

۱۴. سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال باید هدف **ارزش سودمندی کسب و کار** (سود بر مبنای ارزش زمانی پول) و شاخص وجه عمومی و **اعتبار برند** و لوگو برای مدیران و سایر ذی نفعان در پی داشته باشد همانطور که شاخص **رضایتمندی مشتری** و **وفاداری مشتری** را باید کسب کند. مشتری باید خدمات و محصولات با طیف کیفیت مورد نیاز خود را با در نظر گرفتن هزینه، سهولت، **زمان سفارشدگی**، پیگیری مالی، قابلیت اعتماد و اطمینان به سامانه الکترونیکی خدمت دهنده، پشتیبانی و حفظ ارتباط مشتری با کسب و کار را بدست بیاورد.

11

۱۵. نکته ای دیگر، برای اطمینان مشتری از میزان **کیفیت تعریف شده محصولات یا خدمات**، علاوه بر **برندسازی لوگو** محصول یا خدمت، **تاییدیه آزمون ها و استانداردهای مرتبط** با محصول یا خدمت به مشتری می باشد. مثال دیگر محصولات حفاظت فردی<sup>5</sup> (PPE) و کپسول های اکسیژن که امروزه جامعه به آن نیاز مهم، فوری و زیادی دارد، می باشد. **فروزنده و همکاران (2021)** بیان می دارد «در تمام دنیا شیوع کوید ۱۹ باعث کمبود تجهیزات حفاظت فردی بویژه **ماسک صورت**<sup>6</sup> و **ماسک اکسیژن**<sup>7</sup> شده است. برای جبران این افزایش تقاضا، افزایش تولید آن شروع شده و کیفیت این ماسکها با کارایی فیلتر ماسک برای جذب ریزذرات<sup>8</sup>، باکتری<sup>9</sup> و ویروس<sup>10</sup> باید آزمون شود. ماسکها همچنین آزمون نمک<sup>11</sup> هم می شود. علاوه بر موضوع آزمون فیلتر ذرات، آزمون مقاومت جنس پارچه در برابر مایعات و گازها نیز انجام می شود و در برابر شعله باید مقاوم باشد». بحث مهم دیگر توسعه شاخص **اشتغال زایی** در اقتصاد کلان و رفاه اجتماعی مردم است. **روان بخش و امینی (1397)** بیان می دارد یکی از مهمترین عوامل این ناهمگونی، موانع فرهنگی اشتغال زنان است. بهبود اشتغال زایی زنان روستایی به کاهش شاخص منفی مهاجرت به شهر، افزایش شاخص مثبت **درآمد سرانه زنان روستایی** می انجامد. بر اساس سرشماری ۱۳۸۵ از هر ۱۲ خانواده یک خانواده سرپرست زن دارد.

<sup>5</sup>PPE: personal protective equipment

<sup>6</sup>face mask

<sup>7</sup>respirator

<sup>8</sup>particles

<sup>9</sup>bacteria

<sup>10</sup>virus

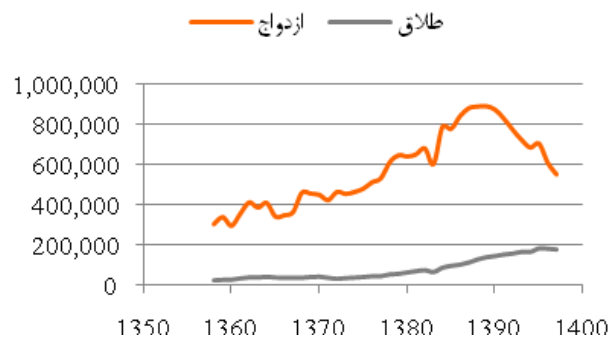
<sup>11</sup>NaCl testing method





۱۶. نکته دیگر بخش **زمینه و گالری تصاویر** مردم و کسب و کارها می باشد. در این سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتالی ایران مانند بقیه پیام رسان ها و وب سایت ها تعدادی تصاویر برای معرفی فعالیت های خدماتی یا محصولات و یا اشخاص و ویژگی و علاقمندی آنها باید استفاده شود. ذکر این موضوع با توجه با احکام نگاه در فقه اسلامی است. قوانین و مقررات حاکم بر سایت و اپلیکیشن یک قوانین عمومی جهانی است که باید حفظ شود، جرایم رایانه ای و تجارت الکترونیک و ملاحظات اجتماعی هم همینطور اما تخلف یک یا چند کاربر دلیلی بر فیلتر کردن و مصداق جرم شناختی کلی سامانه و رسانه نیست. **حسینی امیری و قلی ئی (۱۳۹۷)** در تحقیقی موضوع اهمیت **تصویر ذهنی و آشنا شدن مخاطب یا بازاریابی مقصد** را بیان می کند که تصاویر مناطق با پتانسیل گردشگری به مردم بهتر نشان داده شود. از داده های کمی و کیفی استفاده شده، تفاوت **نگاه کنندگان الکترونیکی** و غیربازدیدکنندگان در پایین بودن سطح تصویر ذهنی شان از منطقه گردشگری می باشد.

**ژو و همکاران (2006)** در تحقیقات خود بیان داشته اند که اقتصاد محیط در جذب نوآوری نقش دارد (**شریفی و همکاران، 2006**). **شجاعی و حاج حسینی (1396)** پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه ازدواج های اینترنتی و خیابانی در رضایتمندی زناشویی دانشجویان متأهل انجام داده اند. جامعه پژوهش 60 نفر دانشجویان متأهل دانشگاه آزاد اردبیل در ترم 92-93 بوده اند. روش پژوهش توصیفی از نوع علی مقایسه ای می باشد. برای جمع آوری داده از پرسشنامه رضایتمندی زناشویی **انریچ** استفاده شده است. نتیجه پژوهش این است که شاخص مثبت اجتماعی رضایت زناشویی، تفاوت معنی داری بین **ازدواج های سنتی، ازدواج های خیابانی و ازدواج های اینترنتی** نیست.»



شکل ۹- روندنما ازدواج و طلاق ثبت شده ۴۰ ساله ایران (مرکز آمار، ۱۳۹۹)، (صدری زاده و همکاران، ۱۳۹۹).



شرح	مشخصات	کلاس	آیتم
نام شخص حقیقی و حقوقی و شماره ثبت و شناسه ملی	مشخصات فردی	مشخصات پایگاه داده کارآفرینان، کسب و کارها، منابع انسانی	2.1
موبایل، تلفن، ایمیل، فکس، آدرس، پیامک داخل رسانه ای دیجیتال یا آدرس سایر پیام رسان ها	روش ارتباطی		2.2
	محدوده خدمات و محصولات		2.3
	تحصیلات، مجوزات قانونی، همکاران		2.4
پروژه ها، مشتری ها، محصولات و خدمات	رزومه کاری		2.5
تحصیلات، جوایز، گواهینامه، مجوزات، تالیفات، اخذ استانداردها و نماد و نشان ها و غیره	نقاط برجسته کار و زندگی		2.6
مختصری از تصاویر مربوط به زندگی، شغل و اقدامات و فعالیت های جالب برای مردم یا مشتری در واقع روانشناختی شخصیت مشترک حقیقی یا مشخصات مشترک حقوقی و ویژگی صاحب اشتراک سامانه یا پییم رسانه دیجیتال نشان می دهد، بازاریابی هم می کند	زمینه		2.7
	لینک درخواست خدمت/محصول		2.8
	لینک انتخاب های ارسال		2.9
	لینک انتخاب پرداخت الکترونیکی IPG و IAP داخلی و خارجی (مثل شرکت علی بابا، لوفتانزا و غیره)		2.10
	اخبار و اطلاعیه ها		2.11
	قوانین و مقررات سامانه و پیام رسانه		2.12
	پشتیبانی و ارتباط با مشتری		2.13
	شاخص های رضایت مشتری		2.14
	سوابق ارتباطی و تراکنش مالی عضو سامانه		2.15
	موتور جستجو سامانه و پیام رسانه بر اساس فیلدهایی عضوهای رسمی یا غیررسمی		2.16
	ثبت نام برای عضو غیر رسمی / رسمی		2.17
	امضای الکترونیک مشتری برای اخذ قرارداد الکترونیک		2.18
	پرداخت الکترونیکی عضویت ماهیانه برای اعضای رسمی / نیمه رسمی / غیر رسمی (رایگان)		2.19
	ارسال پیامک رسانه/صدا/تصویر/ مکالمه بدون تصویر/مکالمه با تصویر همزمان		2.20

جدول ۱ - مشخصات پایگاه داده کارآفرینان، کسب و کارها، متخصصان و کارجویان

در سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال آب نبات ایران، الگو صدری زاده و همکاران (۲۰۲۱).

### بحث و نتیجه گیری

کارآفرینی سازمانی باعث می شود تا با اصلاح شیوه های مدیریت سنتی، امکان رقابت در جامعه برای سازمان ها فراهم شود و به کمک آن می توان به نیازهای بی انتهای مشتریان پاسخ داد (اوروکی و همکاران، ۲۰۱۶). اطلاعات تولید شده توسط پلتفرم های تجارت اجتماعی می تواند بر قصد خرید یا رفتار خرید مصرف کننده اثر بگذارد. بهره گیری از شبکه های اجتماعی، در رفتار خرید مشتری موثر هستند (جامی پور و همکاران، ۱۳۹۷) و (حاجلی، ۲۰۱۵). کرتی و ژانگ (۲۰۱۱) بیان داشته اند، در سال ۲۰۰۵ شرکت یاهو برای اولین بار ترکیب اصطلاحی تجارت اجتماعی در تجارت الکترونیکی را مطرح می کند. شریفی و



همکاران (۱۳۹۷) از قول جوزف شومپیتر در کتاب نظریه اقتصاد پویا، تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می شود و این را مشخصه یک اقتصاد سالم می داند (جامی استرانگ و هسلی، ۲۰۱۰). شریفی و همکاران (۱۳۹۷)، از قول کاظمی و شکبیا، (۱۳۹۴) بیان می دارد «عوامل موثر در کارآفرینی، شرایط اقتصادی و بازاری، ساختار و پویایی صنعت [فن آوری و زیرساخت]، چهارچوب قوانین و مقررات، سرمایه های اجتماعی [انسانی] و ویژگی های شخصیتی خود کارآفرین ها می باشد». شریفی و همکاران (۱۳۹۷) همچنین بیان می کنند که رشد اقتصادی نه تنها در برخورداری از منابع مالی فراوان یا منابع طبیعی خدادادی است، بلکه در گرو داشتن افکار پویا است. آسیب شناسی سازمانها [نظام، فرآیند و فعالیت همینطور] هشت موضوع: اهداف، ساختار، رهبری، ارتباطات، پاداش، مکانیسم های مفید، نگرش نسبت به تغییر و جهت دهی گروهی می باشد سیفی و خوش فطرت (۱۳۹۷). آسیب شناسی سازمانی، فرآیند استفاده از مفاهیم و روش ها علوم رفتاری، برای تعریف و توصیف وضع موجود سازمانها [نظام، فرآیند و فعالیتها] و یافتن راه افزایش اثربخشی آنها است فقیهی و ذاکری (۱۳۹۳).

آیتم	مشخصه رهیافتی مدل کسب و کار
1	قوانین و مقررات داخلی سامانه الکترونیکی و اپلیکیشن
2	موقعیت یابی کسب و کارها و مردم اعضا
3	شناسایی ذی نفعان و همکاران سامانه الکترونیکی و اپلیکیشن
4	بوروکراسی و مجوزات لازم برای سامانه الکترونیکی و اپلیکیشن
5	جستجو کردن کسب و کارها و مردم عضو در پایگاه داده و اعضای سامانه
6	سازگاری و سهولت نصب و کم حجم بودن برنامه های سامانه الکترونیکی و پیام رسانه
7	کارایی فرآیند ارتباطات اجتماعی الکترونیکی در فضای کسب و کارها و مردم
8	چند هدفه بودن سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال
9	لینک اتصال بین ابررسانه با فروشگاههای الکترونیکی موجود و استراتژی شراکت پذیری بجای رقابت پذیری
10	پایگاه داده کاربایی برای کارجویان
11	تبادل مالی الکترونیکی داخلی با شرکت سداد و خارجی با ارزهای دلار، یورو، پوند، لیر ترکیه، دینار عراق، افغانی افغانستان، سامانی تاجیکستان، لیره سوریه و یوهان چین، پوند لبنان
12	پایگاه داده کسب و کار الکترونیکی و فروش اینترنتی، فروش وینار و سمینار، کتب الکترونیکی، مقالات الکترونیکی و استانداردهای الکترونیکی و نشریات و مجلات الکترونیکی
13	کسب و کار محصولات میراث فرهنگی و صنایع دستی و خدمات گردشگری
14	دعوت الکترونیکی با حفظ پروتکل و رزرو اختصاصی زیر ۵۰ نفر بجای تالارهای بیهوده بزرگ، خرید و فروش (تجارت) اینترنتی و برون بر و تحویل دم منزل برای اصناف کرونزده، مانند رستوران، کافی قنادی، کفی شاپ، قهوه فروشی، آبمیوه بستنی و غیره
15	شناسایی ریسکهای ابرسامانه و اپلیکیشن و ارایه راه حلهای برونرفتی از آن
16	تایید آزمون ها و استانداردهای لازم برای سهولت و اطمینان مشتری در خرید اینترنتی
17	اشتغالزایی برای زنان روستایی نقاط محروم کشور و زنان سرپرست خانواده

جدول ۲- برنامه استراتژیک مدل کسب و کار ابرسامانه مرکزی الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال کاندی آپ (اپلیکیشن آب نباتایران).

اول اینکه با توجه به رشد روزافزون جمعیت و نیاز به شغل، تعداد متقاضیان شغل افزایش یافته و بازار کار پاسخگوی نیاز تمام متقاضیان شغل نمی باشد. عده ای از افراد با کارآفرینی و راه اندازی کسب و کار شخصی شان می توانند در بازار کار فعالیت





کنند و از این طریق درآمد کسب کنند. یکی از بهترین و کم هزینه ترین روشها، **کسب و کار اینترنتی (تجارت الکترونیکی)** و تبلیغات و بازاریابی از طریق اینترنت می باشد. به این کارآفرینی و **بازاریابی الکترونیکی** می گویند **اسماعیل پور و زندوی (۱۳۹۴)**. دوم اینکه **جلیلی و همکاران (۱۳۹۱)** بیان داشته است که «خلق ایده و پرورش ایده های خلاقانه منجر به ایجاد **کسب و کارهای کارآفرینانه** می شود». شش **مولفه تجارت اجتماعی** باید در چهارچوب کاری **سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال** چندهدفه اجتماعی و کسب و کار، اقتصاد کلانی و مالی وجود داشته باشد. **محتوا** (در سامانه در دسترس)، **جامعه** (مخاطبین سامانه و پیام رسانه و پایگاه های داده های آنان)، **تجارت** (یک یا چند وب سایت تراکنشی داد و ستد مالی داخلی و خارجی داشته باشد در شرایط ماتحریم یا شرایط لاتحریم)، **زمینه (Context)** منظور رویدادها و اتفاق های روزمره مشتری و کسب و کار نشان می دهد، **ارتباط (Connection)** پیام و تلفن و ایمیل و تصویر و فیلم تبادل می شود و **گفتگو (Conversation)** البته نه گفتگوی تمدنها، بلکه گفتگوی زبانها (**صدی زاده، ۱۳۹۹**) و (**جامی پور و همکاران، ۱۳۹۷**). **شریفی و همکاران (۱۳۹۷)** در تحقیقشان بیان می کنند که **کارآفرینی** فرآیند بکارگیری قوه **خلاقیت** برای **اقدام نوآورانه** و بهره مندی از فرصت های اقتصادی پنهان از چشم دیگران می باشد. عصر ما **عصر شتاب، سرعت، دگرگونی و تغییر** است. **ایجاد، نگهداری و توسعه** یک سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال چند هدفه (منظوره) قطعا یک فعالیت کارآفرینانه می باشد. روابط مردم تسهیل می کند. ارتباطات کسب و کار با مردم و بالعکس را تسریع و راحت می کند. رقابت و تنظیم بازار ایجاد می کند. **کنترل قیمتتها** توسط تعزیرات راحت تر می شود. مرجعی برای **کشف قیمت** و خرید و فروش با کمترین واسطه باشد. امکان پیدا کردن تامین کنندگان و عرضه کسب و کار و محصول و خدمت مختلف باشد. **مردم دوستان، همکاران، متخصصان و همسران** خود را می توانند از این طریق پیدا کنند. برای موفقیت در کارآفرینی **خلاقیت و نوع آوری و برنامه مدل کسب و کار** حائز اهمیت بسیاری است. مشتری مداری و ارتباط دایم با مشتری بسیار در حفظ و توسعه تجارت الکترونیکی مهم است. **طراحی درست نرم افزار** سامانه الکترونیکی و پیام رسانه دیجیتال بخصوص ارتباطات دیجیتال در موفقیت هدف بهبود کارایی ارتباطات اجتماعی کارآفرینان و مردم وزن مهمی دارد. در طراحی این **سامانه الکترونیکی** همه می توانند داد و ستد مالی و اجتماعی باهم داشته باشند و مدام به اکانت هم پول واریز کنند برای نمونه **بانک شهر و بانک ملی** بعنوان عامل مالی شهرداری می توان انتخاب کرد. سازمانهای دیگر، کارآفرینان، مدیران مشاغل و کسب و کارها می توانند منابع انسانی خودشان را از این سامانه پیدا کنند. مشخصات فنی سامانه الکترونیکی باید **امکان حفاظت سایبری و امنیت مالی و شخصیتی** افراد حقیقی و حقوقی عضو سامانه را ایجاد و نگهداری کند. شعار تبلیغاتی اپراتور شرکتهای خدمات تلفن همراه مانند **ایرانسل، همراه اول و رایتل** که "دیگر هیچکس تنها نیست" ما الهام می گیریم "دیگر هیچکس بیکار، فقیر، تنها، بیسواد، بی مهارت نمی ماند". همه می توانند به هم کمک کنند، حتی عضویت سازمانهای بزرگ غیر دولتی معتبر دنیا نظیر **یونسکو و یونیسف** و غیره پس از مشورت و مجوز از وزرات اطلاعات امکانپذیر می باشد. فقط با اتحاد و مشارکت **نخبه های دانشگاهی و کارآفرین، خبرگان علوم مختلف، روحانیون** به شرط احترام به خواسته اکثریت مردم (مردم سالاری) و تلاش برای **صلح، رشد اقتصادی و رشد اجتماعی** و **فرهنگی** و مبارزه با مفاسد اداری و اقتصادی می توان کشورها را درست اداره کرد، با اسلحه، خشونت، تلقین، تجاوز و دروغ به مرزهای فکری انسانها نمی توان کشورداری کرد (نظیر اسرائیل غاصب) سخت در اشتباه است.

### نحوه نگارش منابع انتهای مقاله

1. حسن آبادی، ندا؛ حاصلی، آتوسا (۱۳۹۴). دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران و دانشگاه آزاد اسلامی واحد قصر شیرین. **تاثیر کارآفرینی اینترنتی بر رشد اقتصادی کشور**. اولین کنفرانس بین المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری ICECI2015. موسسه عالی و فناوری خوارزمی، ۲۹ مرداد ۱۳۹۴.



2. هاشمیان بجنورد، ناهید (۱۳۸۷). **ارائه مدلی برای تایید و اعتباربخشی تولید دانش در سازمانهای دانش محور با استفاده از توابع تولید و مطلوبیت**. پایان نامه دکتری مهندسی صنایع - صنایع، دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه امیرکبیر، تهران، ایران، ۲۲۴ صفحه، ۱۳۸۷.
3. پاسلار، شهلا (۱۳۹۶). **مدیر گروه مهندسی صنایع، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران. روش تحقیق**.
4. یغمائیان، اکرم (۱۳۹۳). **معرفی سبک APA جهت استفاده نویسندگان و پژوهشگران**. فصلنامه نوآوری های آموزشی، شماره ۵۵، سال چهاردهم، پاییز ۱۳۹۴.
5. سرزعی، علی (۱۳۹۴). **اقتصاد برای همه، تشریح مفاهیم اقتصاد کلان به زبان ساده**. ناشر انتشارات ترمه، چاپ نهم، ۱۳۹۸.
6. اورکی، سارا؛ عدالتیان شهریاری، جمشید؛ حقیقت منفرد، جلال (۱۳۹۵). **گروه مدیریت کارآفرینی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران. مروری بر کارآفرینی و موفقیت تجارت الکترونیک در فروشگاه های اینترنتی**. کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد پویا، ایران - مالزی، ۲۳ اردیبهشت ۱۳۹۵.
7. علوی، سید رضا (۱۳۹۶). **کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشکده تهران. چگونه گوگل شویم؟ تحلیلی بر عوامل موفقیت کارآفرینی اینترنتی**.
8. تیزرو، بهمن؛ عباسی، مسلم؛ اسدیان خرم آبادی، آرزو (۱۳۹۸). **دانشجویان کارشناسی ارشد گروه روانشناسی، دانشگاه سلمن فارسی، کازرون، ایران. تاثیر درمان مبتنی بر پذیرش و تعهد خودانتقادی و سازگاری دختران ازدواج نکرده سن بالا**. هفتمین کنگره انجمن روانشناسی ایران، روانشناسی معاصر، ویژه نامه، ۱۳۹۸، صفحات ۱۸۹ الی ۱۹۴.
9. صدری زاده، سید فرید؛ هاشمیان بجنورد، ناهید؛ قاسمی جهان، علی؛ هاشمیان، الهه السادات (۱۳۹۹). **مروری بر قوانین مدنی بخش مسایل عقود ازدواج، مدلسازی نوزایی قوانین نظام خانواده و حقوق زن و ارزشگذاری زن و ارزیابی نظام خانواده**. پنجمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای دینی و اسلامی، حقوق، علوم تربیتی و روانشناسی ۱۳۹۹.
10. قاسمی جهان، علی؛ هاشمیان بجنورد، ناهید؛ صدری زاده، سید فرید؛ هاشمیان، الهه السادات (۱۳۹۹). **مروری بر مطالعات مهریه در فقه و حقوق برای ارزشگذاری زن بی فریب زمانه**. سومین کنفرانس بین المللی و ملی مطالعات مدیریت، حسابداری و حقوق، تهران ۶ آذر ۱۳۹۹.
11. جلیلی، نازنین؛ بهبودی، مهدی؛ نجفی، کبری (۱۳۹۱). **آموزش اینترنتی کارآفرینی در ایران**. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.
12. انصاری، ندا (۱۳۹۵). **کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه تهران. کارآفرینی و گردشگری (SWOT) فروشگاه اینترنتی صنایع دستی**. پنجمین کنفرانس بین المللی دستاوردهای نوین پژوهش در علوم انسانی و مدیریت، شیراز، ایران، ۱۹ اسفند ۱۳۹۵.
13. اورکی، سارا؛ عدالتیان شهریاری، جمشید؛ حقیقت منفرد، جلال (۲۰۱۶). **گروه مدیریت کارآفرینی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران. بررسی میزان تاثیرگذاری کارآفرینی بر موفقیت تجارت الکترونیک مدل B2C (مطالعه موردی یکی از فروشگاه های اینترنتی)**. کنفرانس بین المللی هزاره سوم (Third Millennium) و علوم انسانی (Humanities).
14. جامی پور، مونا؛ معینی، حسین؛ بهرامیان، مریم (۱۳۹۷). **عضو هیات علمی و دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران. ارائه چارچوب موفقیت سازمان ها در پیاده سازی تجارت اجتماعی**. چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قزوین، ۲۶ مهرماه ۱۳۹۷.
15. اسماعیل پور، مجید؛ زندوی، محدثه (۱۳۹۴). **عضو هیات علمی گروه مدیریت کارشناسی بازرگانی دانشگاه خلیج فارس بوشهر، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه خلیج فارس بوشهر. کارآفرینی از طریق بازاریابی اینترنتی**. اولین همایش ملی حسابداری، حسابرسی و مدیریت، موسسه آموزش عالی جامی.



16. صادقی نشاط، امیر (۱۳۹۳). دانشیار گروه حقوق دانشگاه تهران. **اعتبارسنجی اسناد الکترونیکی**. فصلنامه پژوهش حقوق خصوصی، سال سوم، شماره هشتم، پاییز ۱۳۹۳، صفحات ۴۶ الی ۶۱.
17. **قانون تجارت الکترونیکی ایران و نماد اعتماد الکترونیکی ایران**.
18. Forouzandeh, Parnia; O'Dowd, Kris; C. pillai, Suresh (20۲1). Nanotechnology and Bio-engineering research group. Department of environmental science institute of technology, Sligo, Sligo, Ireland. **Face masks and respirators in the fight against the COVID-19 pandemic: An overview of the standards and testing methods**. ELSEVIER, ScienceDirect, Safety Science, 133 (2021) 104995.
19. روان بخش، صدیقه؛ امینی سابق، زین العابدین (۱۳۹۷). کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی گرایش استراتژیک، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی و هیات علمی رشته مدیریت گروه علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی. **بررسی ابعاد و موانع فرهنگی اشتغال زنان روستایی**. چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی ۲۶ مهر ۱۳۹۷.
20. شریفی، وحیده؛ کردی، مراد؛ علی مددی، فروغ (۱۳۹۷). گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، ایران. **بررسی روش های کارآفرینی در اثربخشی کسب و کارهای اینترنتی**. کنفرانس ملی اندیشه های نوین و خلاق در مدیریت، حسابداری، حقوق و علوم اجتماعی.
21. شجاعی، احمد؛ حاج حسینی، رقیه (۱۳۹۷). دانشیار گروه معارف اسلامی، دانشگاه محقق اردبیلی و دانشجوی دکتری علوم قرآن و حدیث و مدرس دانشگاه فرهنگیان. **بررسی رابطه ازدواج های اینترنتی و خیابانی در رضایتمندی زناشویی دانشجویان متأهل**. اولین همایش ملی آسیب های اجتماعی ۲۱ اردیبهشت ۱۳۹۶.
22. سیفی، محسن؛ خوش فطرت، عاطفه (۱۳۹۷). دانشجویان دکترا و کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه اصفهان، ایران. **آسیب شناسی عوامل درونی و بیرونی سازمان تامین اجتماعی اصفهان با مدل SWOT**. چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، مهر ۱۳۹۷.
23. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ایران (۱۳۹۵). معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال. **پایش و بهبود نظام کارآفرینی ایران (گزارش اول شناخت وضع موجود مبتنی بر شاخص های GEI)**. پاییز ۱۳۹۵.
24. حسینی امیری، سید محمود؛ قلی ئی، مهرناز (۱۳۹۷). اهمیت بازاریابی مقصد در خصوص تصویر ذهنی و آشنا بودن. چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی ۱۳۹۷.
25. صفری، هادی؛ آجودانیان، شهره (۱۳۹۷). **ارایه مدلی برای ارتقای کسب و کارهای الکترونیکی با استفاده از بهینه سازی وب سایت**. چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، مهر ۱۳۹۷.
26. سلیمانپور، مسلم؛ قهرمانی، بهزاد (۱۳۹۵). **کارآفرینی، کسب و کار و بازاریابی سایت های اینترنتی هتلداران کرواسی**. نخستین کنفرانس بین المللی هوشمندی تجاری و سازمانی، پارادایم های نوین مدیریت، مرکز همایش های بین المللی دانشگاه شهید بهشتی.
27. امیری، مهناز (۱۳۹۵). دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه فقه و حقوق جزا، واحد خورسگان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. **روش های تربیت اجتماعی در نهج البلاغه و ارائه الگویی در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات**. دومین همایش ملی آسیب شناسی تربیت اخلاقی در نظام آموزشی ایران، ۱۳۹۵.
28. جامی پور، مونا؛ منصوری، نرجس السادات (۱۳۹۷). هیات علمی و دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه حضرت معصومه (س). **ارزش تجاری مدیریت تجربه مشتری در تجارت اجتماعی**. چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، ۱۳۹۷.





## Electronic Social Communication Process Efficiency of Triangle Entrepreneurs, Business & Customers at Global Social Media

**Seyed Farid Sadrizadeh\***

Bandar Abbass Unit, Islamic Azad University, Bandar Abbass, Iran (Corresponding author).

[info.AFS.SGS.CEO@chmail.ir](mailto:info.AFS.SGS.CEO@chmail.ir)

**Ali Ghasemi jahan**

International Gheshm Unit, Islamic Azad University, Hormozgan, Iran.

[ghasemijahanali@yahoo.com](mailto:ghasemijahanali@yahoo.com)

**Nahid Hashemian Bojnord**

Engineering Faculty, KHAYYAM University, Mashhad, Iran.

[n.hashemian@khayyam.ac.ir](mailto:n.hashemian@khayyam.ac.ir)

**Elahe Alsadat Hashemian**

Mashhad Unit, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

[info.AFS.SGS.CEO@chmail.ir](mailto:info.AFS.SGS.CEO@chmail.ir)

### Abstract:

We try to introduce technical specifications & features of a universal electronic website (under web) and a relevant mobile phone application what those will be multi objective for going up communication efficiency and facilitation of entrepreneurs and business and customer's triangle. This website contains capacity of data base for spouse finding, friend-finding. Also it consists of Electronic Business, Eshops, Electronic document credit, computer crimes, E. auction, E. job-finding, electronic payment service provider, electronic contraction, electronic sign, etc. The possibility of search motor on internet for finding cost, time, distance optimization by this central website and application in business and customers ways. In under inactivity, business to customer and versus like COVID19 pandemic condition, minimizing of traffic rate, mandatory social presents time, fuel demand gradient, car traffic of big town look like Tehran is very important problem for city management planning. So the design of general centralised electronic site for raising social communication process is significant.

**Keywords:** Social communication efficiency, E-commerce, E-shop, social business, Commercial Social Media.