

## تعیین چالش های توسعه و ایجاد کسب و کار های کوچک در شبکه های اجتماعی (مورد مطالعه: مدیران شرکت های کسب و کار های کوچک در تهران)

مجید فتاحی<sup>۱</sup> و شهریار اله وردی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

<sup>۲</sup> دکتری تخصصی رشته مدیریت بازرگانی-گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری، Shahryar.allahverdi@gmail.com

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی از لحاظ روش توصیفی - تحلیلی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران شرکت های کسب و کار های کوچک در تهران می باشند که با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه، به صورت تصادفی انتخاب شدند و پرسشنامه بین آنها توزیع شد. روایی سؤالات پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان مورد تأیید قرار گرفت، پایایی آن نیز با آزمون آلفای کرونباخ ۰،۸۳ محاسبه شد. در این پژوهش سه چالش توسعه و ایجاد کسب و کار های کوچک مانند: عوامل سیاسی و قانونی، کنترل ناپذیری پیام، و محدودیت مخاطبین مورد بررسی قرار گرفتند. برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه از نرم افزار spss استفاده شده است. با توجه به غیر نرمال بودن داده های پرسشنامه، برای بررسی فرضیه های تحقیق از آزمون اسپیرمن استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها حاکی از همبستگی مثبت بین متغیرهای عوامل سیاسی و قانونی ایجاد کسب و کار های کوچک با ضریب ۰/۸۱۶، کنترل ناپذیری و ایجاد کسب و کارهای کوچک با ضریب ۰/۷۳۶ و عامل محدودیت مخاطبین و ایجاد کسب و کار های کوچک با ضریب ۰/۸۰۳ با ایجاد چالش هایی در رسانه های اجتماعی بود.

واژگان کلیدی: شبکه های اجتماعی، چالش ها، کسب و کار

### ۱-مقدمه

تعاملات اجتماعی و کسب و کار در فضای مجازی روز به روز در حال گسترش است. همچنین به دلیل استقبال گسترده کاربران از شبکه های اجتماعی، سازمان ها تصمیم گرفتند از این کاربران به عنوان مشتریان بالقوه خود استفاده کنند و محصولات یا خدمات خود را در این شبکه ها عرضه کنند [۳]. تجارت الکترونیک از زمان ظهور تانگون پیوسته با پیشرفت فناوری های نوین سخت افزاری و نرم افزاری دچار تحولات بسیاری شده است و نسخه های جدیدتری از آن مانند، تجارت همراه، تجارت شبکه ای به وجود آمده اند [۴]. اما ایجاد و توسعه کسب و کار در فضای مجازی با چالش هایی رو به رو می باشد. مجوز یا عدم مجوز دولت به فعالیت یک کانال یکی از چالش های اساسی برای کسب و کار در استفاده از شبکه های اجتماعی است. زمانی که کانالی توسط دولت فیلتر شود و فعالیت آن کانال متوقف گردد برای کسب و کار تهدید بزرگی محسوب می شود. همچنین ممکن است یک برنامه شبکه اجتماعی به طور کلی فیلتر گردد

با توجه به اینکه در دنیای رقابتی امروز، افزون بر عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی نیز می تواند بر کسب و کارها تأثیرگذار باشد؛ شبکه های اجتماعی به منزله یک مشخصه اجتماعی، نیرویی محرکه و پایه ای، برای انسجام اجتماعی در تجارت الکترونیک نقش بسیار مهمی دارند [۱]. شبکه های اجتماعی مکان خوبی برای حضور در جامعه مجازی اند. امروزه تمام کسب و کارها در دنیا، یک صفحه در شبکه اجتماعی برای تعامل فعال با مشتریان و مخاطبین خود ایجاد می کنند و مشتریان جدید جذب کرده اند. حضور همه جانبه مردم از اقشار مختلف در شبکه های اجتماعی باعث شده است. که کسب و کارها از این طریق، نبض بازار خود را در دست گرفته و تعامل زنده، واقعی و صمیمانه ای با مخاطبین خود داشته باشند. اینترنت نقش بالایی در زندگی هر یک از ما دارد. چه در زمینه کسب و کار، چه در مورد اطلاعات، ارتباطات، همه به این فن آوری ابداع شده مربوط می شود [۲]. بر کسی پوشیده نیست که