

## نقش تجارت اجتماعی در معاملات الکترونیکی

سید محمود شبگو منصف<sup>۱</sup>، یاسمن فریدی<sup>۲</sup>

چکیده:

تجارت اجتماعی از جدیدترین شاخه های تجارت الکترونیک است، که با استفاده از سازه ها و رسانه های اجتماعی موجب افزایش قابلیت ها و تعاملات مشتریان و سایر ذینفعان در فضای اینترنت شده است. محبوبیت سازه های تجارت اجتماعی یکی از مهم ترین علل پیشرفت در حوزه تجارت الکترونیک محسوب میشود. علیرغم تحقیقاتی که به صورت پراکنده در خصوص این موضوع صورت گرفته است هنوز پژوهش جامعی در خصوص نقش های مختلفی که این سازه ها در خرید و فروش الکترونیکی ایفا می کنند صورت نگرفته است. هدف از پژوهش علمی مروری حاضر بررسی نقش های مهم سازه های تجارت اجتماعی بر خرید و فروش الکترونیکی می باشد. روش پژوهش در این مطالعه، مروری است. برای گردآوری داده ها از روش کتابخانه ای استفاده شده است. در این مقاله، ابتدا تحقیقات انجام شده در زمینه تجارت اجتماعی را بیان می کنیم و سپس تلاش می کنیم ادبیات موجود در این زمینه را به طور جامع و منظم بررسی کنیم و سپس نقش تجارت اجتماعی را بیان می نماییم. بررسی متون نشان می دهد که در تحقیقات جاری تجارت اجتماعی سه موضوع سازماندهی، تبلیغات و آگهی ها و تبلیغات دهان به دهان مورد توجه محققین بوده است و اعتماد، تعهد، تسهیل تعاملات اجتماعی و حمایت اجتماعی از جمله مهمترین نقش های تجارت اجتماعی شناسایی شده اند.

واژه های کلیدی: تجارت اجتماعی، سازه های تجارت اجتماعی، تجارت الکترونیک

<sup>۱</sup> استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت،  
monsefmahmoud@yahoo.com ایران

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت،  
Yasaman\_faridi@yahoo.com ایران